

万花筒产品手册

商业广告平台团队

2022年12月



产品介绍



功能概览



常见问题



什么是「万花筒」？

万花筒是一款支持**多场景、多账户、快速生成个性化数据报表**的实用分析工具



多场景：推广客户、百度优化师、代理商优化师等多角色使用，满足各类需求场景
适合场景：各类角色视角不同，需要查看的数据存在差异



多账户：支持客户中心、Compass运营赋能平台，便捷获取管辖账户数据
适合场景：管理多个账户，但没有工具可以高效获取多账户效果数据



多维度：支持各种维度、指标的自由组合查看，无需自行拼接透视筛选
适合场景：想要视频+创意数据，但只能自己手动下载拼接



个性化：支持自定义公式计算生成个性化指标，并支持支持定时发送
适合场景1：下载报告以后，还要计算各种转化率，现金消费，成本...
适合场景2：大促期间，需要每小时都查看效果数据，实时调整投放设置



功能概览

1、万花筒登录入口

① 百度广告投放平台

(www2.baidu.com)

如果您使用推广账户，可在搜索推广/信息流推广-数据报告中直接使用,下图以搜索推广为例：



② 客户中心

如果您使用客户中心，可通过数据报告-营销数据万花筒使用：



③ Compass运营赋能平台

如果您使用CRM账号，可从Compass的投后复盘-万花筒进入使用



2、新建报告&管理报告的整体流程概览

- 新建报告：选择数据来源 -> 设置报告细节 -> 保存 -> 列表页管理
- 管理报告：编辑、复制报告时进入编辑页面设置报告细节；还可进行下载、删除、续期等操作

新建报告 请选择数据来源

[查看全部](#)

1、选择所需数据来源，或点击“查看全部”选择更多数据来源来新建报告

收起

跨表分析数据

可查询时间：3个月

广告基础数据

可查询时间：27个月

关键词数据

可查询时间：27个月

搜索词数据

可查询时间：6个月

人群数据

可查询时间：27个月

商品数据

可查询时间：27个月

自定义报告

2、点击报告名称
进入编辑页面

3、列表页可管理
已有报告

如若您获取的数据量较大（超过文件行数极限），系统会自动进行截断处理，可减少维度来避免数据截断

☐ 报告名称	操作	操作人	图表类型	报告类型	创建日期	上次访问时间	数据日期范围
☐ 自定义报告	下载 复制 : 删除		表格	搜索看板报告	2022-12-12 21:24:12		2022-12-06 到 2022-12-12
☐ 自定义报告_copy	下载 复制 : 续期		表格	搜索看板报告	2022-12-12 21:10:56		2022-12-06 到 2022-12-12

2.1 创建自定义报告：1) 选择数据来源

以搜索推广-数据报告-万花筒为例：

可根据需求选择「数据来源」后创建报告，不同数据来源对应的可查询维度、指标以及查询时长有所差别：

- 「跨表分析数据」，维度相比其他数据来源更丰富，但可查询的时间相对较短；
- 在新建页面可以选择数据来源，也可在报告编辑页面重新选择数据来源；
- 部分数据来源包含多个「子数据集」，可在编辑页面选择具体的子数据集。



2.1 创建自定义报告：2）编辑报告内容

1、编辑页面也可以再选择数据来源

oCPC数据



报告列表 > 自定义报告

搜索维度/指标

维度

指标

属性

日期

oCPC出价策略

出价模式

转化类型

生效范围

时间粒度

分时

分日

分周

分月

2、勾选需要的维度、指标

自定义报告

3、可切换子数据集和图表样式

表格

出价策略

出价策略

推广计划

维度（行）

1 账户

指标（列）

1 留线索量

4、设置报告的发送频率、发送邮箱等

一次性

发送设置

7、保存报告，完成

保存

2022/12/07 ~ 2022/12/13

比较

时间范围

0:00

23:59

5、当发送频率为一次性报告时，可选择查询的数据日期及时间范围

生成预览

收起设置

6、生成数据预览，查看是否符合预期

2.1 创建自定义报告：2）编辑报告内容-（图表）

01

柱状图

适用于以柱状图形式呈现单个维度下两个指标的变化

5.点击可保存图片

自定义报告

柱状图

保存

1.维度：支持选择1种维度
2.指标：支持选择2个指标

2021/09/01 ~ 2021/09/07

比较

2021/08/25 ~ 2021/08/31

3.设定时间范围

维度 (1/1)

指标 (1/2)

1

推广计划ID

1

消费

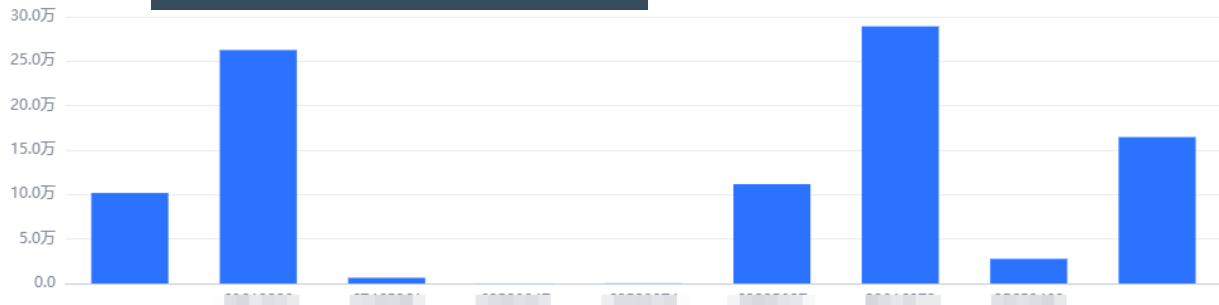
生成预览

收起设置

发送设置

4.点击生成预览，可快速生成图表

● 消费



2.1 创建自定义报告：2）编辑报告内容（图表）

02

趋势图

适用于以趋势形式呈现单个维度下两个指标的变化

自定义报告 

5. 点击可保存图片

趋势图 



保存 

1. 维度：支持选择1种维度
2. 指标：支持选择2个指标

2021/09/01 ~ 2021/09/07 

☐ 比较

2021/08/25 ~ 2021/08/31 

维度 (1/1)

指标 (1/2)

分日 

1

消费 

3. 设定时间范围

生成预览

收起设置

发送设置

4. 点击生成预览，可快速生成图表

— 消费

21.0万

18.0万

15.0万

12.0万

9.0万

6.0万

3.0万

0.0

2021-09-02

2021-09-03

2021-09-04

2021-09-05

2021-09-06

2.1 创建自定义报告：2）编辑报告内容（图表）

03

饼图

适用于以饼图形式呈现单个指标占比分布的场景

5. 点击可保存图片

自定义报告

饼图

保存

1. 维度：支持选择1种维度
2. 指标：支持选择2个指标

2021/09/01 ~ 2021/09/07

比较

2021/08/25 ~ 2021/08/31

维度 (1/1)

指标 (1/1)

1 推广计划

1 消费

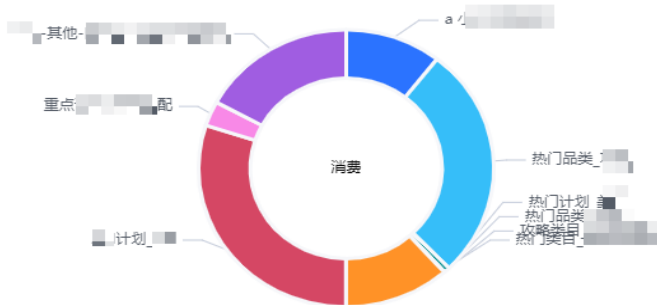
3. 设定时间范围

生成预览

收起设置

发送设置

4. 点击生成预览，可快速生成图表



2.1 创建自定义报告：3) 自定义指标

在使用自定义指标之前，您需要知道：

自定义指标必须在您保存的报告基础上才可以生成

The screenshot displays the '自定义报告' (Custom Report) interface. A red dashed box highlights the '新建指标' (New Metric) button in the left sidebar. A blue box labeled '1、点击新建指标' points to this button. Another blue box labeled '2、设置指标名称' points to the '名称' (Name) field, which contains '点击率' (Click Rate). A third blue box labeled '3、选择指标数值形式' points to the '数值形式' (Value Format) dropdown, which is set to '整型' (Integer). A fourth blue box labeled '4、设置指标说明' points to the '说明' (Description) field. A fifth blue box labeled '5、选择已有指标并设置公式' points to the '公式' (Formula) field, which contains '#点击' / '#展现'. A sixth blue box labeled '6、点击保存设置即可生成指标，会出现在左侧指标列表中' points to the '保存' (Save) button. The interface also shows a list of existing metrics on the left, including '展现' (Impressions), '点击' (Clicks), '消费' (Cost), '平均点击价格' (Average Click Price), '千次展现消费' (Cost per Mille Impressions), and '点击率' (Click Rate).

1、点击新建指标

2、设置指标名称

3、选择指标数值形式

4、设置指标说明

5、选择已有指标并设置公式

6、点击保存设置即可生成指标，会出现在左侧指标列表中

3、管理已有报告

- 编辑：点击标题直接进入编辑页面
- 复制：新建一个同样设置的报告，并进入编辑页面设置报告细节
- 下载：报告生成完成后可直接下载数据
- 删除：删除报告后不可恢复
- 续期：仅在报告到期前30天内可操作，报告有效期一年，未续期报告会过期不可用

新建报告 请选择数据来源 [查看全部](#)

[收起](#)

跨表分析数据

可查询时间：3个月

广告基础数据

可查询时间：27个月

关键词数据

可查询时间：27个月

搜索词数据

可查询时间：6个月

人群数据

可查询时间：27个月

商品数据

可查询时间：27个月

自定义报告

1、点击报告名称
进入编辑页面

2、列表页可管理
已有报告

如若您获取的数据量较大（超过文件行数极限），系统会自动进行截断处理，可减少维度来避免数据截断

☐ 报告名称	操作	操作人	图表类型	报告类型	创建日期	上次访问时间	数据日期范围
☐ 自定义报告	下载 复制 删除		表格	搜索看板报告	2022-12-12 21:24:12		2022-12-06 到 2022-12-12
☐ 自定义报告_copy	下载 复制 续期		表格	搜索看板报告	2022-12-12 21:10:56		2022-12-06 到 2022-12-12

客户有话说

90分钟

平均节省优化师60-90分/天

“客户十几个账户几百条素材同时在投放，按素材维度整理数据非常麻烦。使用万花筒，按照素材类型直接跑数据，每天节省至少1个小时的数据下载和整理的时间。”

——KA代理商优化师

时间范围
9:00 ~ 23:59
2021/03/04 ~ 2021/03/10
比较
2021/02/25 ~ 2021/03/03

维度 (行)	指标 (列)
1 创意样式	1 展现 2 点击 3 消费

“使用万花筒披露的“按照转化时间发生的转化”数值，与API转化对接数据保持一致。既能协助我们进行数据review，也不影响实时广告投放优化。”

——KA客户

维度
指标

自定义指标 ①
新建指标

效果类指标 >
视频类指标 >
OCPX转化 >
落地页转化 >
APP转化 >
小程序转化 >
落地页转化 (转化时间) >
APP转化 (转化时间) >
小程序转化 (转化时间) >

自定义报告 ②

时间范围
0:00 ~ 23:59

维度 (行)	指标 (列)
--------	--------

打破分析界限
稳定客户预算



• **Q1. 当前一个账户可以创建多少个数据报告，可见哪些建好的数据报告？**

• A1：当前一个账户可以创建50个报告，如超出限制，可以通过删除不用的万花筒报告后重新制作新报告。

• **Q2. 制作好的万花筒报告，有效期多久？**

• A2：报告有效期为1年，您可以在有效期临近到期前30天内进行续期，如未续期且超出有效期截止日6个月，系统自动清理这部分报告。

• **Q3. 可查询数据范围时长？**

• A3：不同数据来源的可查询时长有差别，**多维分析数据中搜索推广可查询最近3个月数据，信息流推广可查询最近6个月数据；其余数据来源大多数支持查询27个月**，具体可查询时长在数据来源界面均有标注。

• **Q4. 选取维度和指标，为什么会出现置灰不可选操作？**

• A4：维度和指标有互斥规则，详细的互斥规则见搜索/信息流指标说明附录。

• **Q5. 多维分析数据来源中，一些维度下出现“-”值，如何理解？**

• A5：多维分析数据来源提供指标维度任意拖拽，各个维度的效果数据和账户维度效果数据打平，例如选取视频ID查看效果，发现视频ID列有视频ID也有“-”，其中“-”代表非视频产生的效果数据。



附录：产品术语说明

产品术语		释义及功能介绍	产品术语		释义及功能介绍
自定义报告		新建一个空白数据报告	数据发送频率		一次性任务：只发送一次
预置报告		系统预置好的报告模板，可直接复用或者进行相关编辑			分时段：当日数据，基于所选时间段来进行数据发送
报告名称		数据报告的名称，最多可承载20个字符，名称可重复			每日：发送前一日数据到指定邮箱 发送数据范围：发送日前一日的数据 发送频率及时间点：每日8点
创建日期		报告被创建的日期			周：发送前7日数据到指定邮箱 发送数据范围：发送日前7日的数据 发送频率及时间点：每周X的8点
上次访问日期		数据报告上次在WEB网页端被打开时间 (客户通过定制邮件获取到数据，进行查看的访问时间不包含在内)			月：发送前一个月的数据到指定邮箱 发送数据范围：发送日前一个月的数据 发送频率及时间点：每月月初1日的8点
数据日期范围		数据报告制作时，所选取的日期范围；			季：发送前一个季的数据到指定邮箱 发送数据范围：发送日前一个季的数据 发送频率及时间点：每季初1日的8点
报告操作列		删除：删除报告及报告相关发送任务，且删除内容不可恢复			
		编辑：点击可对报告查看/编辑，编辑保存后同步影响报告相关任务			
		下载：点击可下载报告数据			
撤销/还原/重置		报表制作时，撤销当下操作，回到上一次操作状态；			
		报表制作时，恢复撤销操作；			
		报表制作时，可重置面板至初始载入状态			
保存/另存为		保存/另存为当前报表页面，列表页同步生效			
下载		下载当前报表页面数据			



附录：搜索维度&指标说明

指标

介绍

指标

【效果类指标】

展现、点击、消费、现金、平均点击价格、点击率；

【上方位指标】

上方位平均排名：**只可搭配关键词、触发模式维度**；

上方位展现、上方位点击、上方位消费：**可搭配所有维度**；

上方展现胜出率、上方展现胜出率（精确）：**支持关键词、单元、计划、账户维度查看**；

【落地页转化】

以页面展示为准，可搭配所有维度。

【APP转化】

以页面展示为准，可搭配所有维度。

【落地页转化-转化时间】

以页面展示为准，可搭配所有维度。

【APP转化-转化时间】

以页面展示为准，可搭配所有维度。

维度

属性：账户、计划、单元、设备、省市、推广业务、营销目标

定向：关键词、关键词网址、定向类型「**支持枚举值为关键词、词包、网址、自动扩量**」、搜索词、添加状态「**只支持搜索词维度，描述该搜索词是否被添加为关键词**」、匹配模式「**定向类型为关键词时，才可查看匹配模式**」、出价「**支持关键词维度**」、触发模式「**支持搜索词维度**」、质量度「**质量度、预估点击率、创意相关性、落地页体验**」

创意：创意、创意网址、创意组件、视频名称、视频预览、MD5

时间粒度：分时、分日、分周、分月



附录：信息流维度&指标说明

指标

介绍

指标

【效果类指标】

点击、消费、点击率、平均点击价格、千次展现收费；

【视频类指标】

可搭配所有维度除定向条件外；

播放完成数、播放完成率、25%进度播放数、50%进度播放数、75%进度播放数、100%进度播放数、平均播放时长、主动播放数、自动播放数、有效播放数、播放完成成本；

【转化-落地页转化】【计费时间和转化时间两种计算口径】

以页面展示为准，可搭配所有维度除媒体包相关、定向条件外。

【转化-APP转化】【计费时间和转化时间两种计算口径】

以页面展示为准，可搭配所有维度除媒体相关、定向条件外

【转化-小程序转化】【计费时间和转化时间两种计算口径】

以页面展示为准，可搭配所有维度除媒体相关、定向条件外

【转化-OCPX转化】

以页面展示为准，可搭配所有维度除媒体相关、定向条件外；需搭配单元维度；

维度

属性：账户、计划、单元、创意名称、创意样式、创意预览、视频ID&名称、MD5、程序化创意样式、程序化创意预览、媒体ID&包&类型&分类、转化&深度转化目标；
定位条件：以页面展示为准；

时间粒度：分时、分日、分周、分月