

每日预算是什么？

每日预算指一个公历月内您就每个广告活动愿意花费的每日平均费用。因此，在一个月有 31 天的情况下，100 美元的每日预算会产生 3100 美元的费用。请注意，每日预算只是一个平均数，具体到某一天的费用则多少会有些出入。但是在月末，您用于广告活动的总花费不会高于每日预算乘以当月天数后得到的总额。



$$\text{每日预算} \times \text{当月天数} = \text{月度预算}$$

因任何原因造成一个月的广告活动总花费超过其每日预算量时，在发生超额情况的月份结束后，会在三个工作日内，将超额部分返还到您的账户上。

在[广告活动管理](#)平台上，您可以随时更改每日预算。

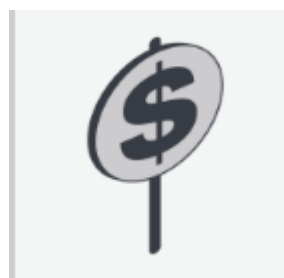
每日预算应该怎样计算？



考虑您的广告产品投放数量

您需要基于广告活动中需投放产品的数量来估算您的每日预算。例如，如果一个广告活动涉及 500 种产品，而每日预算却只有 5 美元，那么就需要相当长的一段时间才能实现所有推广产品的点击量。相反，若能够确保每日预算与广告活动中的推广产品数量相适宜，就可以帮助您更快得出重要的绩效数据，进而更快地评价广告活动成效并对其进行优化。

确定包含多种产品的广告活动预算时，可以首先考虑为每种广告产品投入 0.5 美元至 1 美元不等的每日预算。基于这个指导原则，包含 20 种产品的广告活动最开始的每日预算应在 10 美元至 20 美元之间。



检查广告默认出价

此外，也要考虑默认竞价如何影响每日预算。在一次广告活动中，如果每日预算为 5 美元，默认竞价是 1 美元，则可能一天只能得到 5 个点击量。为了最大限度地提高您产品在搜索结果中的出现几率并由此得到点击量，请根据您的期望点击量和默认竞价来设定您的预算。

请定期检查您的预算，确保在卖家平台上的[广告活动管理](#)平台实现业务目标。

[管理我的预算](#)