合成样例
SYNTHETIC SAMPLE

INDEPENDENT AD SPEND AUDIT · SYNTHETIC EXAMPLE

独立投放审计报告

2026 年第三季度 · 合成样例 · 仅审计，不执行

报告编号 / REF	出具日期 / ISSUED
AUD-2026-Q3-SYN-001	2026-10-25
数据窗口 / WINDOW	审计对象 / SCOPE
2026-07-01 — 2026-09-30	合成账户 A · B · C
版本 / VERSION	密级 / CLASSIFICATION
V1.0	合成样例 · 可公开

合计消耗 / SPEND	平台转化 / CONVERSIONS	实际线索 / VERIFIED LEADS
¥421,318	1,284	61

本报告回答三个问题：钱花在哪、数字是否可信、谁在负责。全部金额与数量为合成演示数据，不含任何真实客户信息；本报告不声称任何真实收益。

来源：由项目内合成数据与原创版式生成

SECTION 01

管理层摘要

EXECUTIVE SUMMARY

本报告为独立投放审计的合成样例，范围覆盖三个合成广告账户在 2026-07-01 至 2026-09-30 期间的投放活动。审计只做一件事：核对。以下按三个问题给出摘要，详细证据见第 3–5 页。

Q1	**钱花在哪**	三账户合计消耗 ¥421,318，其中 ¥258,036（61.2%）流向广泛匹配。对广泛匹配搜索词的抽样显示， 48.9% 的广泛匹配花费落在与业务无直接关联的搜索词上（详见第 4 页）。
Q2	**数字是否可信**	平台上报转化 1,284，经 CRM 逐条对账的实际线索为 61，口径偏差 95.2%。平台将「点击 WhatsApp 按钮」计为转化并作为自动出价目标——该口径记录的是"点击"，不是"提交表单"，不等于任何真实收益（详见第 3 页）。
Q3	**谁在负责**	数据窗口内 23 次账户变更集中于 2 个操作账号，其中 17 次（73.9%）无书面审批记录；5 条拒登广告自 2026-09-26 起无人跟进；主力系列停投 52 天无处置决策（详见第 5 页）。

合计消耗	平台转化	实际线索	口径偏差	单条真实线索成本
¥421,318	1,284	61	95.2%	¥6,907

审计方法与范围

数据来源	平台导出（消耗、转化、搜索词）· CRM 导出（表单线索）· 账户变更日志，三方独立取数后交叉对账。
抽样复核	搜索词抽样 1,200 条（覆盖广泛匹配花费 72.4%）· 转化日志抽样 200 条（覆盖总消耗 15.6%）。
限制声明	本样例全部数据为合成数据；审计口径以 CRM 表单清单为准，不就任何真实收益作出声明。

发现汇总

编号	发现	严重度	详见
F-01	转化口径偏差 95.2%，账户按「按钮点击」自动出价，与真实表单口径脱节。	SEV-1	第 3 页
F-02	广泛匹配花费占比 61.2%，抽样中 48.9% 流向无关搜索词；否定词清单 90 天未更新。	SEV-2	第 4 页
F-03	23 次变更中 17 次无审批，操作集中于 2 个账号，无补录机制。	SEV-2	第 5 页
F-04	5 条拒登广告未跟进，主力系列停投 52 天无恢复或归档决策。	SEV-3	第 5 页

SECTION 02

口径对账

METRIC RECONCILIATION

平台口径与审计口径的差异是本次审计的核心发现。以下对账以 CRM 导出清单为审计基准，对平台转化日志逐条核对。

三方对账总表

项目	口径定义	数值	占比	来源
平台转化 PLATFORM-REPORTED	广告平台上报的转化事件总数	1,284	100.0%	平台导出 2026-10-02
实际线索 AUDIT-VERIFIED	CRM 表单导出，去重并通过有效性判定	61	4.8%	CRM 导出 2026-10-05
口径偏差 GAP	**平台转化 − 实际线索**	**1,223**	**95.2%**	**审计重算**

偏差率 = (平台转化 − 实际线索) ÷ 平台转化 = 1,223 ÷ 1,284 = 95.2%

偏差构成 · 抽样复核

对 200 条转化日志按花费分层抽样（覆盖总消耗 15.6%），逐条回放点击后行为：

偏差类型	条数	占比
单次「WhatsApp 按钮点击」，无后续表单提交	191	95.5%
表单提交但未通过有效性判定（重复 / 测试 / 空白字段）	7	3.5%
平台日志缺口，无法匹配	2	1.0%
合计	**200**	**100.0%**

口径说明 / READ THIS FIRST

「按钮点击」只记录用户点击了聊天按钮，「真实表单」记录用户提交了可跟进的表单。账户当前的自动出价以「按钮点击」为优化目标，即系统在向"更可能点击按钮"的人群出价，而不是"更可能提交表单"的人群。两类口径不可互换；本报告结论以审计口径为准，不就任何真实收益作出声明。

分账户对账

账户	消耗	平台转化	实际线索	偏差率	单条真实线索成本
账户 A	¥162,480	512	24	95.3%	¥6,770
账户 B	¥118,206	388	19	95.1%	¥6,221
账户 C	¥140,632	384	18	95.3%	¥7,813
合计	**¥421,318**	**1,284**	**61**	**95.2%**	**¥6,907**

单条真实线索成本 = 消耗 ÷ 实际线索。平台口径单次转化成本 ¥328 与审计口径单条真实线索成本 ¥6,907 相差约 21 倍。

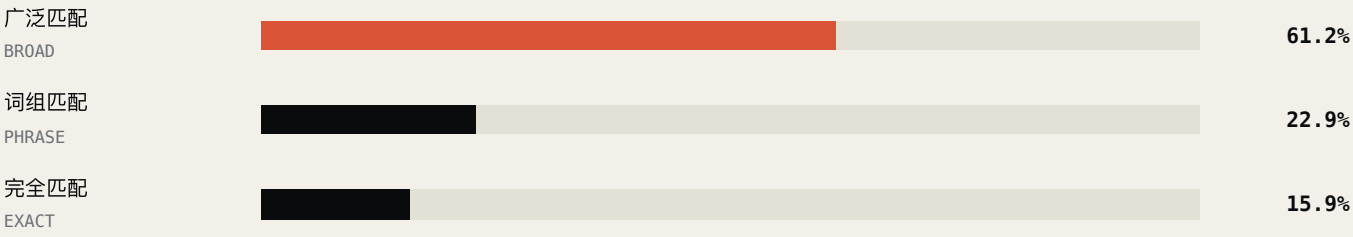
SECTION 03

预算分析

BUDGET ANALYSIS

预算失焦在两层：匹配方式上广泛匹配占比过高，搜索词上大量花费流向无关词—— 61.2% 的花费处于弱管控状态。

匹配方式分布 · 按消耗



匹配方式	消耗	占比	备注
广泛匹配	¥258,036	61.2%	分账户占比 41%–84%
词组匹配	¥96,300	22.9%	—
完全匹配	¥66,982	15.9%	—
合计	**¥421,318**	**100.0%**	—

广泛匹配搜索词抽样 · 钱花去了哪

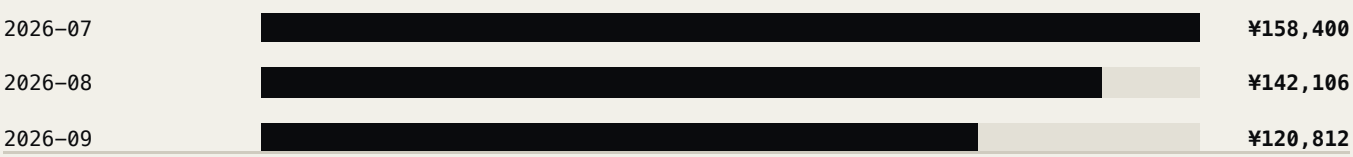
按花费降序抽取 1,200 条搜索词，覆盖广泛匹配花费的 72.4%（¥186,818）：

搜索词类别	消耗	占抽样比	审计判定
竞品平台词	¥62,400	33.4%	与业务无直接关联
品牌词 + 非目标地名	¥41,300	22.1%	地域与业务服务区不符
单词泛词	¥28,900	15.5%	搜索意图不明
与业务相关	¥54,218	29.0%	合理花费
合计（抽样）	**¥186,818**	**100.0%**	—

FINDING F-02 / SEV-2

否定关键词清单当前仅 17 条，90 天未更新。抽样中 48.9% 的广泛匹配花费（¥91,300）流向清单未覆盖的无关搜索词；新增 214 个广泛匹配关键词时未经搜索词预审。

月度消耗



SECTION 04

治理记录

GOVERNANCE LOG

治理问题集中在三点：谁在操作、是否留痕、待办是否闭环。以下记录均取自账户变更日志，操作主体以合成代号表示，不指向任何真实个人或机构。

操作账号与变更量 · 数据窗口内

操作账号	主体（合成）	变更次数	占比
OP-01	代理商代运营（乙方 A）	11	47.8%
OP-02	品牌内部 · 市场部	9	39.1%
OP-03	代理商代运营（乙方 B）	3	13.0%
合计	**其中 17 次无书面审批记录（73.9%）**	**23**	**100.0%**

变更日志摘录 · 8 / 23

日期	账号	变更内容	涉及账户	审批	审计备注
2026-09-26	OP-03	新建广告 5 条	A · B	有提交记录	5 条均被拒登，此后未重新提交
2026-09-19	OP-02	日预算 ¥1,200 → ¥2,400	C	无审批	—
2026-09-11	OP-01	新增广泛匹配关键词 214 个	A	无审批	未经搜索词预审（见 F-02）
2026-09-03	OP-02	暂停主力系列	B	无审批	停投 52 天起点（见 G-02）
2026-08-27	OP-01	出价上调 +22%	A	无审批	—
2026-08-14	OP-02	转化目标改为「按钮点击」	C	无审批	口径偏差主因（见 F-01）
2026-08-02	OP-01	否定词清单清理 −9 条	A	无审批	清单降至 17 条
2026-07-21	OP-03	更换落地页	B	有审批	转化追踪未同步

未闭环事项

编号	事项	挂起时长	审计备注
G-01	5 条广告处于「已拒登」	自 2026-09-26	落地页当前可达，可重新提交审核
G-02	主力系列停投	52 天	占账户 B 历史消耗约 74%，无恢复或归档决策
G-03	17 次变更无审批记录	数据窗口内	无补录机制，无法回溯决策依据

所有主体与代号均为合成，不对应任何真实个人、企业或机构。

SECTION 05

建议与复验基线

RECOMMENDATIONS & RE-AUDIT BASELINE

工作边界 / SCOPE OF WORK

审计方仅审计、不执行。以下建议须客户书面批准后，由客户或其代理执行；执行效果以本页基线为准，按约定口径复验。任何优化动作不改变本报告已核对的历史数据。

建议清单

编号	建议	责任方	关联发现
R-1	优化目标由「按钮点击」改为「表单提交确认页」事件，并与 CRM 建立周度对账。	客户 + OP-02	F-01
R-2	将本账户广泛匹配花费占比压降至 30% 以下（合成账户目标，非行业基准）；新增关键词须经搜索词预审。	OP-01 / OP-03	F-02
R-3	依据第 4 页已确认的无关搜索词，建立并更新否定关键词清单；每 30 天滚动复核并留痕。	OP-01	F-02
R-4	建立变更双人复核与书面留痕；无审批变更归零，存量 17 次由客户书面追认。	客户	F-03
R-5	存量处置：5 条拒登广告 30 天内重新提交或归档；停投 52 天系列 30 天内作出恢复或归档决策。	客户 + 代理	G-01 / G-02

复验基线 · 快照日 2026-10-25

指标	基线值	复验目标	复验方式
转化口径偏差率	95.2%	≤ 5%	平台转化与 CRM 逐条对账
广泛匹配花费占比	61.2%	≤ 30%	平台搜索词报告
已确认无关搜索词处置完成率	0%	100%	已确认无关词清单核对
无审批变更占比	73.9%	0%	变更日志审计
拒登未处理	5 条	0	账户状态核对
停投未决策系列	1（52 天）	0	系列状态核对

基线与目标均为本合成账户示例口径（仅合成示例），不构成行业基准或通用建议；"已确认无关搜索词"见第 4 页抽样审计判定。

复验安排

首轮复验 2026-11-24（30 天），次轮复验 2027-01-23（90 天）。两轮均以本报告同一口径重跑审计，指标差异逐条说明；未达标项回到第 6 页基线重新计量，不以平台口径替代。

来源与声明 / SOURCE & DISCLAIMER

本报告由项目内合成数据与原创版式生成，全部金额、数量、日期与主体代号均为合成演示数据，不含任何真实客户信息；不构成收益承诺、担保或投资建议。