

# 前言

感谢您关注本书！如果您是希望快速提高自己网站的 AdSense 收入或者找到一个网上正规赚钱、长期发展的办法，那么恭喜您选择对了！因为我有不少快速提高 AdSense 收入的办法可以马上与您分享，也非常愿意帮助更多的朋友加入到网站运营获得广告收入的行列中。

## 阅读本书成就梦想

通过网站运营来获得广告收入的好处太多了：不用出门跑业务，不需要高额的资金投入，规模可控、时间灵活、地点自由，甚至在您晚上睡觉、外出度假期间，AdSense 还在不分昼夜、每分每秒地帮您赚钱。

注意到封底上的背景图案了吗？那是一幅我在 Google AdSense 账号登录后台的实际截图，虽然因为 AdSense 相关规定的限制去掉了一些详细数据，不过也可以清楚看到一个月内每天的收入情况，以及月度汇总数据。

在网上常看到有人抱怨自己的 AdSense 收入太低，或者怀疑通过 AdSense 是否能够赚到钱，我通过自己的亲身经历告诉大家，在运营的网站上仅仅通过



做 AdSense 广告就可以获得不菲收入，做得好的话可能满足你买车、供房、旅游等开支，如果你愿意的话，还可以辞掉不喜欢的工作专门做一个自由自在的 SOHO 一族或者用 AdSense 收入开工作室、办公司来赚更多的钱。每天收入超过 100 美元、获得财务自由，都不是遥不可及的梦想！

## ■ 不同类型读者收获

- 已有网站，正在做 AdSense 广告的发布商

最需要本书的人是已经采用 AdSense 的发布商，无论是刚刚申请的、还没有拿到过一次广告费的站长，还是已经和我一样做过多年、已经收入不菲的站长，也不管是个人站长还是单位运营网站管理者，相信详细阅读本书后，都可以收获很多。**如果还没有专门针对 AdSense 优化过广告和网站，采用本书中的一些技巧后，网站的收入会戏剧性地增长**，所以本书对于 AdSense 发布商是最有帮助的。



已经加入 AdSense 的站长在国内有数十万之多，其中有很多发布商的 AdSense 收入还不够网站运营的成本，或者好几个月凑起来才能达到 100 美元的最低支付标准，还有一些发布商因为没有留意 AdSense 计划政策而被警告或者账号被“K”（停用）。我认为他们最应该购买本书，让自己学习借鉴别人的已有经验和教训，真正让 AdSense 成为一项重要的收入来源。

我虽然早就是 Google 公司 AdSense Team 直接联系的重要发布商，经验算很丰富了，但凡是有现场的交流会、网上的培训资料等信息，都会去学习借鉴，每次也能有所收获，然后不断优化广告、改进网站，账号后台的收入也会随着提高。所以，即使是收入大大超过我的 AdSense 发布商，也有必要购买本书，仔细阅读，相信一定会有收获，由于原有收入基数大，对网站进行改进后获得



的收益与几十元的购书费用相比，投入产出比实在太高了！

## 诀窍

多学习别人的经验教训，在自己网站中合理实施，肯定可以大幅提高 AdSense 收入！

- 已有网站，没有加入 AdSense 的网站运营者

其次是做了网站还没有采用 AdSense 广告的站长，他们看了本书后，会全面了解 AdSense 的情况，从我自己及其他实例中，可以了解到 AdSense 是可以实实在在带来收入的，可以按照本书的介绍从头申请 AdSense，并一步一步按照本书的指导来做，获得以前没有的收入。



这一部分站长应该在国内有超过百万之众，他们有很多都是凭兴趣做的网站，或者是想有收入也不知道如何获取，如果购买本书的话，按照这些办法去做，在思路上及经济上受益会很大，网站也能长期发展。

我在很早以前就利用业余时间做了一个长途电话区号查询的网站，大约有 6 年时间没有获得任何经济回报，而**一旦开始加入 AdSense 马上就可以看到以前积累的网站流量都在每时每刻地变成美元**，从而投入更大的力量、更多的资源把网站做得更完善，为网友提供更多、更好的服务，与此同时也会看到 AdSense 收入在不断提高，形成良性循环。

即使您的网站已经有 AdSense 以外的广告收入或者其他增值服务收入，但也并不妨碍加入 AdSense 试用一下，也许会发现以前忽略的金库。

## 诀窍

网站的发展与资金投入密切相关，多一份来自 AdSense 的收入就可能让网站迈入新的发展快车道。

- 目前没有网站而希望在网上创业赚钱的朋友

除了以上两类网站站长以外，本书更大的潜在读者群是还没有做网站而希望了解网上赚钱、网上创业的年轻人群，本书会通过具有冲击力的实例来告诉他们，**通过正规地做网站、运营 AdSense 广告，购车、买房、收获第一桶金都是完全可能的。**这无疑对于年轻的上网一族具有很大的诱惑力！

很多朋友原来上网只会聊天、打游戏、浏览信息、打发时间，整天“泡”在网上花钱或者无所事事，这种状态可以用一句网络流行语来形容：“哥上的不是网，是寂寞”。

这下可以利用本书教授的技巧通过自身的努力获得不菲收入，“**日赚 100 美元**”的前景绝对值得尝试。做网站不需要社会关系及不需要工作经验，技术门槛也很低，各种专业的学生都完全可以加入，从微观上看，个人、家庭受益；从宏观上看，为国家解决就业难题。

我在网上也看到过有不少“网络致富信息”、“快速赚钱秘籍”等信息，听上去很有诱惑力，但实际看了以后发现有不少教授的办法都是 QQ 挂聊天室引流量、用虚假诱惑内容骗流量、类似传销的办法拉流量、搞“盗链”、开“私服”、点广告等，我感觉这些都太偏门甚至邪门了，难以成为长远发展的基础，不能持久、不能扩大规模。而我在本书中讲述的 AdSense 是完全正规、合法的赚钱渠道，读者在本书的指导下，凭借自己的努力完全可以开辟长远收入的来源。



## 提醒

“君子爱财，取之有道”，网上五花八门的赚钱办法很多，但要看是否合法、是否能持续，做 AdSense 可以在保持 Don't be evil 前提下赚钱。





以上三类人员是本书的主要读者群，还有其他读者群，例如网络广告研究人士、电子商务专业学生、网络营销从业人员、网站建设业内人士，以及希望了解相关知识的大中专学生、办公室白领、企业管理人员等，应该说读者群是相当广泛的。

## □ 真诚致谢

本书在撰写过程中得到了各方的大力支持，在此我表示衷心感谢。

感谢电子工业出版社的编辑张彦红、王静等朋友，从本书的策划申报、写作指导、审核校稿等各方面给予了极大的帮助，合作非常愉快。

感谢劲捷公司的同事们，汪佳丽、李红燕、王丹、蔡欢、卢永江、邵萍等人力协作，大家长期一起创建、运营网站，经常分析网站流量和收入，不断改进工作，为本书的写作积累了丰富素材。明鑫、李小明、甘文亮、顾庆生、韩骏等人在服务器设置优化、机房运营维护方面做了富有成效的工作。骆小文、申科、刘毅、冷林勇、戴克、吕纯等人为早期的网站做了大量的程序开发。

感谢互联网业内朋友何萌、李达、许强、陈雪涛、陈艺光、王国平、罗敬、柯小芳、邓洵、甘宁、杨家铭、宴书林、郭成、祝睿、张文涛、赵红良等人的长期关注和支持，我在与各位的交流中受益匪浅。

感谢技术达人许志恒、钱宏武在我遇到技术难题时的大力帮助，每当遇到网络、服务器、PHP、MySQL、缓存、负载均衡等各种困难时，你们都是坚强的后盾和及时雨。

感谢友情提供机房网络环境的谢智雄、张亮、陈威、黄忠、朱芸奎等朋友们，谢谢你们的大力帮助。

感谢 Google 公司 AdSense 团队的赵旭昱、高骏、刘琰、江伊婷，你们的工作态度和能力代表了 Google 公司一贯的高水准，发布商永远支持你们。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

另外，李江歌、明鑫、辛莎莉、甘慧娟参与本书第 1 章的编写；汪佳丽、李红燕、王丹、蔡欢参与第 2 章的编写；骆小文、吴凡、杨黎、王昆参与了第 6 章的编写；吴婕、胡荣欣参与了第 7 章的编写。”

感谢家人对我长时间埋头电脑、近似“网瘾症”式生活的理解和宽容，妻子阮汉利、儿子祁元，以及各位亲友，我爱你们！

编者



# 目录

## 0

## 关于作者和本书.....1

本章主要介绍了作者多年的 AdSense 经验，以及如何使用本书快速提高自己的网站。通过本章的学习，相信读者一定可以从作者的 AdSense 历程中吸取经验，希望本章的内容能够帮助读者使用好本书，发挥本书的最大价值。

0.1 作者的 AdSense 历程 .....	2
0.0.1 2005 年及以前：积累、初试 .....	2
0.1.2 2006 年：优化、成长 .....	3
0.1.3 2007 年：挫折、教训 .....	5
0.1.4 2008 年：稳定、发展 .....	7
0.1.5 2009 年：突破、坚持 .....	8
0.1.6 2010 年及以后：分享、创新 .....	9
0.2 关于本书 .....	10
0.2.1 本书内容组织 .....	10
0.2.2 如何阅读本书 .....	15
0.2.3 排版约定 .....	15
0.2.4 成书过程 .....	16
0.2.5 风险提示 .....	17
0.3 本书的延伸服务 .....	17
0.3.1 配套网站 .....	17

0.3.2 信息反馈.....	18
0.3.3 联系方式.....	18

## 1

## 建设优质网站，打好赚钱基础..... 19

Google AdSense 是建立在已有网站的基础之上，对于还没有建网站的朋友来说，本章是必须阅读的。但本章不是孤立地讲述网站建设，而是在其中穿插与 AdSense 的相关内容，每一项工作都是为将来获得高收入做准备，因此对于已经建有网站的朋友来说，本章中的内容也一样有很多可以学习借鉴的地方。

1.1 建站策划.....	20
1.1.1 做好网站定位，立下长远目标 .....	20
1.1.2 参考选题原则，发挥自己优势 .....	22
1.1.3 了解对手情况，进行竞争分析 .....	24
1.1.4 合理配备人员，匹配网站发展 .....	26
1.1.5 合理安排时间，从容稳步发展 .....	28
1.1.6 做好基础维护，日常保持更新 .....	29
1.2 网站起名.....	30
1.2.1 网站的名称和域名不可忽视 .....	30
1.2.2 选择合适域名类型 .....	32
1.2.3 网站的域名选择原则和举例 .....	32
1.2.4 拼音域名、英文域名和数字域名 .....	34
1.2.5 中文域名适合保护，不适合使用 .....	35
1.3 空间租用.....	35
1.3.1 免费空间，适合试验入门.....	35
1.3.2 虚拟主机，放置普通网站.....	37
1.3.3 服务器托管，适合大流量网站 .....	39
1.3.4 服务器租用，免除一次性购置 .....	41
1.3.5 虚拟专用服务器，高性价比 .....	41
1.3.6 服务器群，构架保障发展 .....	42
1.4 系统开发.....	43



1.4.1 静态网页，稳定、快速 .....	43
1.4.2 博客系统，方便、灵活 .....	44
1.4.3 论坛系统，熟悉、热门 .....	44
1.4.4 CMS 系统，全面、强大 .....	45
1.4.5 Wiki 系统，分享、合作 .....	45
1.4.6 定制开发，独特、灵活 .....	46
1.4.7 版面美工，专业、个性 .....	46
1.5 内容建设 .....	47
1.5.1 网站地图，指引建设 .....	47
1.5.2 内容策划，细化需求 .....	49
1.5.3 信息收集，丰富内容 .....	49
1.5.4 自己撰写高质量原创内容 .....	50
1.5.5 雇人编辑内容，做好组织工作 .....	51
1.5.6 不要采集网上现有内容 .....	51
1.5.7 不要添加大量重复内容 .....	52
1.6 搜索引擎优化 .....	52
1.6.1 SEO 的基本概念介绍 .....	52
1.6.2 精心做好关键词选择和放置 .....	54
1.6.3 网页设计针对性优化 .....	56
1.6.4 获得高质量外部链接 .....	58
1.6.5 应对收录和展示效果不理想的情况 .....	60
1.6.6 避免 SEO 作弊 .....	61
1.7 网站宣传推广 .....	62
1.7.1 内容完善后再推广 .....	62
1.7.2 提交到搜索引擎 .....	63
1.7.3 提交到行业目录、专业网站 .....	64
1.7.4 交换链接，重质不重量 .....	64
1.7.5 论坛宣传，给人帮助 .....	65
1.7.6 博客宣传，权威介绍 .....	66

1.7.7 传统媒体，扩大宣传.....	66
1.7.8 付费广告，快速见效.....	66
1.7.9 撰写软文，巧妙运用.....	67
1.7.10 免费服务，吸引人气.....	67
1.7.11 建立邮件列表.....	68

## 2

## 加盟 Google AdSense，快速掌握要领..... 70

Google 广告入门是为 AdSense 新手准备，对于刚刚加入或者准备加入 AdSense 的朋友来说很有作用，本章涵盖 Google 广告的各个方面。但本章不是简单讲述 AdSense 原理和操作，而是在其中穿插进去我的理解、解释、使用技巧和注意事项，一些细节在官方网站或者帮助资料中都没有，希望能对真正重视 AdSense 的朋友有帮助。

2.1 Google AdSense 介绍.....	71
2.1.1 什么是 Google AdSense.....	71
2.1.2 AdSense 广告来源于 AdWords .....	72
2.1.3 AdSense 投放原理及过程 .....	73
2.1.4 AdSense 广告计费方式 .....	75
2.1.5 AdSense 计划政策 .....	76
2.1.6 获得付款的办法.....	79
2.2 AdSense 广告类型 .....	81
2.2.1 AdSense 内容广告 .....	82
2.2.2 AdSense 搜索广告 .....	83
2.2.3 Google 搜索联盟.....	83
2.2.4 AdSense for Feeds .....	84
2.2.5 AdSense 域名广告 .....	85
2.2.6 AdSense 移动广告 .....	87
2.2.7 AdSense 推介广告 .....	87
2.2.8 AdSense 视频广告 .....	88
2.3 AdSense 账号申请 .....	88
2.3.1 AdSense 使用流程 .....	88



2.3.2 AdSense 账号申请步骤 .....	89
2.3.3 AdSense 账号申请要求 .....	90
2.3.4 其他申请办法 .....	92
<b>2.4 广告设置.....</b>	<b>92</b>
2.4.1 获取广告，粘贴代码 .....	92
2.4.2 管理广告，灵活调整 .....	96
2.4.3 使用调色板，为广告配色 .....	97
2.4.4 渠道的种类和设置 .....	98
2.4.5 竞争性广告过滤 .....	101
2.4.6 网站验证功能的使用 .....	102
2.4.7 广告查看中心 .....	103
2.4.8 允许的网站 .....	103
<b>2.5 报告获取.....</b>	<b>104</b>
2.5.1 概述报告，适合每日关注 .....	104
2.5.2 高级报告，适合深入分析 .....	106
2.5.3 报告管理，方便数据分享 .....	107
2.5.4 网站诊断，避免无法访问 .....	107
<b>2.6 AdSense 账号 .....</b>	<b>109</b>
2.6.1 账户设置 .....	109
2.6.2 账户访问权 .....	110
2.6.3 付款历史 .....	111
2.6.4 纳税信息 .....	114

**3****优化设置技巧，大幅提高收入..... 116**

AdSense 优化提高是本书的重点篇章，采用其中的优化技能能迅速、有效地提高发布商的 AdSense 收入，这些内容是我多年 AdSense 优化的经验汇总，也是目前可以找到的 AdSense 优化最全的中文资料。

<b>3.1 优化概述.....</b>	<b>117</b>
3.1.1 AdSense 收入组成 .....	117

3.1.2 优化的途径和目的.....	118
3.2 广告位置更显眼.....	119
3.2.1 广告热点示意图，关注焦点位置 .....	119
3.2.2 第一屏绝对重要，第一眼看到广告 .....	121
3.2.3 常用操作链接旁边，引起顺便关注 .....	121
3.2.4 不要放置的位置和格式.....	123
3.3 广告颜色更协调.....	125
3.3.1 重要策略：让广告与网页内容融为一体 .....	125
3.3.2 高收入广告格式推荐.....	126
3.3.3 常用调色板推荐.....	129
3.3.4 图片广告的运用.....	130
3.4 广告内容更匹配.....	133
3.4.1 页面内容调整以“控制”广告内容 .....	133
3.4.2 设置区段定位突出重要内容 .....	133
3.4.3 少用图片、Flash，多用文字描述 .....	134
3.4.4 页面标题、页内标题、URL 保持一致 .....	135
3.4.5 合适的关键词和密度.....	136
3.4.6 整个网站主题匹配.....	137
3.4.7 屏蔽无关或者反感的广告.....	138
3.5 使用更多广告.....	139
3.5.1 页面中使用多个广告单元组合 .....	139
3.5.2 内容广告代码放置的顺序.....	140
3.5.3 巧妙利用链接单元起到的奇效 .....	141
3.5.4 利用搜索广告提供搜索功能并获得收入 .....	143
3.6 跟踪广告效果.....	144
3.6.1 用渠道来细致测量.....	144
3.6.2 用专门报告来跟踪效果.....	145
3.6.3 其他工具跟踪.....	145



3.6.4 建立 AdSense 优化笔记 .....	146
<b>3.7 更多优化技巧.....</b>	<b>148</b>
3.7.1 论坛优化，关键在第一帖周边 .....	148
3.7.2 博客优化，文章周边组合投放 .....	150
3.7.3 用其他语言版本 AdSense 赚钱 .....	151
3.7.4 适当让浏览者放慢脚步 .....	152
3.7.5 吸引定向投放 .....	154
<b>3.8 拒绝作弊.....</b>	<b>155</b>
3.8.1 AdSense 作弊手段大曝光 .....	155
3.8.2 不要心存侥幸、听信小道消息 .....	157
3.8.3 Google 反作弊手法，自动和人工结合.....	157
3.8.4 如何保障账户安全 .....	158

## 4 应用辅助工具，促进网站提升..... 160

要想让 Google AdSense 收入不断提高，除了改善自己的网站和研究 AdSense 本身以外，还要多借鉴其他工具来帮忙。本章主要介绍 Google 公司提供的其他工具和服务，详细介绍各项服务的内容、功能，以及如何用来提高 AdSense 收入，这些辅助工具的运用会使您的网站提高到一个新的层次。

<b>4.1 Google Analytics.....</b>	<b>161</b>
4.1.1 Google Analytics 介绍 .....	161
4.1.2 Google Analytics 功能 .....	162
4.1.3 Google Analytics 与 AdSense 的结合 .....	163
4.1.4 应用 Analytics 提高 AdSense 收入 .....	165
4.1.5 应用 Analytics 提高网站流量 .....	167
<b>4.2 Google API.....</b>	<b>167</b>
4.2.1 Google API 介绍 .....	167
4.2.2 Google API 功能 .....	168
4.2.3 Google AdSense API .....	176
4.2.4 应用 Google API 丰富网站内容 .....	177

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

4.2.5 应用 Google API 提高 AdSense 收入 .....	178
4.3 Google Ad Manager .....	180
4.3.1 Google Ad Manager 介绍 .....	180
4.3.2 Google Ad Manager 功能 .....	181
4.3.3 Google Ad Manager 与 AdSense 的结合 .....	182
4.3.4 应用 Ad Manager 提高 AdSense 收入 .....	183
4.3.5 应用 Ad Manager 发布其他广告内容 .....	185
4.4 Google Ad Planner .....	186
4.4.1 Google Ad Planner 介绍 .....	186
4.4.2 Google Ad Planner 功能 .....	187
4.4.3 Google Analytics 与 Google Ad Planner 的数据整合 .....	187
4.4.4 应用 Ad Planner 提高 AdSense 收入 .....	188
4.5 Google AdWords .....	189
4.5.1 Google AdWords 介绍 .....	189
4.5.2 Google AdWords 功能 .....	190
4.5.3 Google AdWords 关键字工具 .....	191
4.5.4 基于搜索的关键字工具 .....	193
4.5.5 应用 AdWords 提高 AdSense 收入 .....	194
4.6 Google 网站管理員工具 .....	194
4.6.1 Google 网站管理員工具介绍 .....	194
4.6.2 Google 网站管理員工具功能 .....	195
4.6.3 应用 Google 网站管理員工具提高 AdSense 收入 .....	196
4.7 其他辅助工具 .....	197
4.7.1 网站监控服务 .....	197
4.7.2 数据备份机制 .....	198



## 5 其他收入来源，扩展赚钱渠道..... 200

本书以 Google AdSense 为主要讲述对象，不过考虑到网站站长会发展其他收入方式，所以专门设立一章来讲解 AdSense 以外的收入方式，读者可以对其他网络广告提供商，以及收入方式有全面了解，网站站长完全可以自由选择、进行组合投放，希望这些补充收入方式信息能实实在在给读者有效的帮助。

5.1 百度联盟.....	201
5.1.1 百度联盟介绍 .....	201
5.1.2 百度联盟与 Google AdSense 比较.....	202
5.1.3 应用百度联盟提高网站收入 .....	203
5.2 阿里妈妈.....	204
5.2.1 阿里妈妈介绍 .....	204
5.2.2 阿里妈妈与 AdSense 比较 .....	205
5.2.3 应用阿里妈妈提高网站收入 .....	205
5.3 更多其他广告联盟 .....	206
5.3.1 广告联盟现状 .....	206
5.3.2 广告联盟分类 .....	207
5.3.3 运用其他广告联盟提高网站收入 .....	209
5.4 直接广告.....	209
5.4.1 让广告主联系你 .....	209
5.4.2 直接广告的定价 .....	210
5.4.3 直接广告的管理 .....	210
5.4.4 应用直接广告提高网站收入 .....	211
5.5 增值服务.....	212
5.5.1 广告以外的增值服务 .....	212
5.5.2 应用增值服务提高网站收入 .....	212
5.6 内部广告.....	213
5.6.1 站内广告 .....	213
5.6.2 站间广告 .....	214

5.6.3 运用内部广告提高网站收入 .....	215
5.6.4 内部广告的投放及管理.....	216

## 6

## 汇总关注热点，解答相关问题..... 217

在一些 AdSense 方面的论坛上常看到很多提问，但认真回答的人并不多，我专门去收集整理了热点和常见的问题，结合自己在 AdSense 运用中碰到的问题，对问题进行了系统分类和仔细解答。本章这些问答中还包含着不少提高 AdSense 赚钱的秘籍，读者还可以在本书的配套网站中提出自己的问题，与作者或其他读者一起交流，共同提高。

6.1 关于网站建设的问答.....	218
6.1.1 做网站投放 AdSense 真的可以赚到钱吗 .....	218
6.1.2 做一个网站需要投资多少.....	219
6.1.3 我的网站投放 AdSense 广告可以带来多少收入 .....	220
6.2 关于 AdSense 知识的问答 .....	222
6.2.1 一个人可以申请多个 AdSense 账号吗 .....	222
6.2.2 可以把广告代码投放到申请时填写的网站以外的地方吗 .....	223
6.2.3 如何设置选择广告的语言.....	223
6.2.4 Google 搜索联盟和 AdSense 搜索广告有什么区别 .....	223
6.2.5 添加了 AdSense 代码怎么看不到广告显示 .....	224
6.2.6 我一直收不到 PIN 码（个人识别号码）来进行验证怎么办.....	224
6.2.7 如何进行 Google AdSense 的电话确认.....	226
6.2.8 如何更改 AdSense 账户中的收款人信息 .....	226
6.2.9 如何通过西联汇款接收 AdSense 付款 .....	227
6.2.10 电子转账方式的劳务报酬税款是如何计算的 .....	228
6.3 关于 AdSense 优化的问答 .....	229
6.3.1 什么是 AdWords 质量得分 .....	229
6.3.2 什么是 AdSense 的 Smart 定价.....	231
6.3.3 我的网站上广告价格怎么特别低 .....	233
6.3.4 如何快速提高 AdSense 收入 .....	234
6.3.5 广告与网站内容匹配不好是什么原因 .....	235



6.3.6 网站上怎么老是显示公益广告 .....	236
6.3.7 一个页面上可以放置多少个广告，放多少合适 .....	236
<b>6.4 关于 AdSense 政策的问答 .....</b>	<b>237</b>
6.4.1 什么是成人内容 .....	237
6.4.2 什么是版权材料 .....	239
6.4.3 看到其他网站上有作弊行为该怎么办 .....	240
6.4.4 其他联盟的代码可以和 AdSense 放在同一个页面上吗 .....	242
6.4.5 可以使用 Iframe 方式投放广告吗 .....	243
6.4.6 可以通过 JavaScript 调用广告代码吗 .....	243
6.4.7 我的 AdSense 代码被人恶意放置或者点击怎么办 .....	244
6.4.8 什么样的无效点击会导致 AdSense 账户被停 .....	244
6.4.9 不小心点击了自己网站上的广告怎么办 .....	246
<b>6.5 关于广告赚钱的其他问答 .....</b>	<b>246</b>
6.5.1 做网络广告能成为长期的事业吗 .....	246
6.5.2 Adsense 中是否有 CPA 引导行动广告/CPS 销售计费广告 .....	248
6.5.3 Google 退出中国大陆事件对 AdSense 有哪些影响 .....	248

**7****相关资源列表，帮助信息索引..... 251**

为了方便读者快速找到相关资源，以及今后继续学习提高，本书的最后一章内容收集整理了相关信息，当读者遇到需要查找资料的时候，可以方便迅速地获得，并且通过提供的本书以外扩展信息，得到更多的帮助和交流。

<b>7.1 社区资源.....</b>	<b>252</b>
7.1.1 AdSense 博客，来自官方的信息 .....	252
7.1.2 AdSense 论坛，互相交流的场所 .....	253
7.1.3 在线研讨会，重要的学习机会 .....	254
7.1.4 AdSense 日历 .....	256
<b>7.2 查找帮助信息.....</b>	<b>257</b>
7.2.1 帮助中心 .....	257

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

7.2.2 演示材料与指南.....	257
7.2.3 疑难解答向导.....	260
7.3 优化资源.....	260
7.3.1 优化技巧.....	260
7.3.2 成功案例.....	262
7.3.3 发布商工具.....	262
7.3.4 网站管理员中心.....	264
7.4 参考资料.....	265
7.4.1 合作规范.....	265
7.4.2 网站管理员指南.....	265
7.4.3 广告格式.....	266
7.4.4 条款（即在线合同）.....	266
7.4.5 隐私权政策.....	266
7.4.6 词汇表.....	267
后记.....	283



## 第 0 章

# 关于作者和本书

---

本章主要介绍了作者多年的 AdSense 经验，以及如何使用本书快速提高自己的网站。本章主要包含以下内容。

- 作者的 AdSense 历程
- 关于本书
- 本书的延伸服务

通过本章的学习，相信读者一定可以从作者的 AdSense 历程中吸取经验，希望本章的内容能够帮助读者使用好本书，发挥本书的最大的价值。

## 0.1 作者的 AdSense 历程

---

### 0.0.1 2005 年及以前：积累、初试

大学毕业工作了几年以后，我考虑到未来的发展又去读研究生。而我在 1996 年读研期间发现当时国内流行一种拨号 BBS，于是也自己搭建一个业余站台——劲捷 BBS，加入到中国惠多网（FidoNet）。那时候互联网在国内还没有开始接入，一些发烧友都是用 Modem 拨号连接 BBS，最多的时候几千名站友不断拨号，把站台的 3 条电话线路 24 小时占得满满的。国内大约有大小站台上百个，当时金山的求伯君、雷军，以及后来腾讯的马化腾都是 BBS 站的站长，不过拨号 BBS 都是业余性质的，没有听说谁开办站台赚到了钱。

1998 年毕业前，我通过网络认识了福建的苏武荣先生（网名书林游子），与其合写了一本《BBS 上网建站 365 问》的书，然后与老同学蒋拥军先生一起投资成立了武汉市劲捷电子信息有限公司，主要从事那时候还很少有人提供的网站建设服务，后来还曾获得风险投资来运营数据中心业务。大约是在 1999 年，我们利用业余时间使用 FrontPage 将一张黄页光盘上的 Access 数据做了两个网站：电话区号查询和邮政编码查询。这两个网站都是给网友提供服务的工具，也没有想到赚钱。偶尔去做一些数据更新调整、回答网友提问的工作，就这样坚持了 6 年。期间曾有人打电话来问是否可以在网站上投放广告，我觉得很奇怪，怎么还会有人愿意在这个网站上花钱投放广告？于是几次都没有理睬。

2005 年 10 月，在本地几位活跃分子何萌、李达等人的号召下，搞了一个互联网行业聚会，会上我认识了嘟嘟网络的陈艺光、数码腾峰的陈雪涛、网络新人许强等人，交流了很多网站方面的事情，我下定决心把自己的工作重心从公司帮客户建设网站的业务转移到自有内容网站的运营中来。最



容易入手的当然是以前就曾经有的电话区号查询、邮政编码查询网站，那时的广告联盟也不多，记得申请 Google AdSense 后很快就获得了通过，操作也很容易，获得账号的当天晚上从 AdSense 后台得到广告代码，复制并粘贴到网站的 HTML 代码中。

我记得很清楚，当第二天登录 AdSense 后台时，惊奇地发现第一天不足 24 小时就有了 9 美元收入，虽然数额不大，但毕竟是从网上广告得到的第一笔收入，让我看到了做好网站内容，在未来也有很大的发展前途。于是我当时就通过网络告诉在国外学习的老婆，我淘到了我的 AdSense “第一桶金”！图 0-1 所示是我收到香港寄来的 Google AdSense 支票扫描件。



### 诀窍

坚持做不求回报的事情，也许最后能“有心栽花花不开，无心插柳柳成荫”。

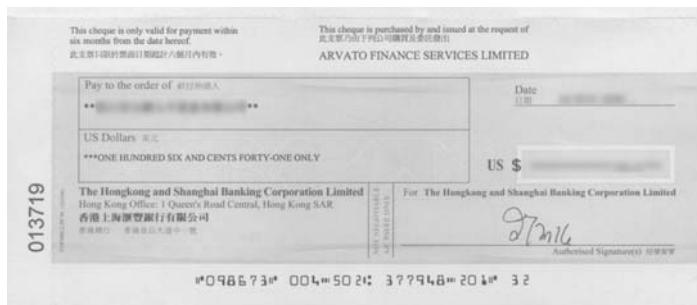


图 0-1 收到香港寄来的 Google AdSense 支票扫描件

#### 0.1.2 2006 年：优化、成长

鉴于上述两个查询类网站的例子，我所在的公司专门组织人员力量，投入几个月的时间，集中开发了“一把刀”实用查询大全网站，将两个查询扩展到上百种实用查询独立子网站，分为 8 个大类：生活类、学习类、工作类、旅行类、休闲类、财务类、网络类和通信类。

2006 年初，技术部同事用 Java 开发了 Web 网站基本出台，还做了一个

供手机浏览的 WAP 版本。这时发现流量可不是那么容易来的，也因为内容过多而分散精力，每个查询功能难以做到深入、精致，而网站结构、界面也需要技术人员配合不断进行修改完善。2006 年上半年，投入了大量资源，而网站的流量增加不理想，AdSense 收入在 20 美元/日至 30 美元/日范围内徘徊。

这年夏天，我和儿子一起办了出国手续，去德国看望在那里进修学习的老婆。在国外期间，除了外出旅行以外，每天都到大学里上网联系工作，那时我在网上找到了一本美国人 Joel Comm 写的电子书 *ADSENSE SECRETS - What Google Never Told You About Making Money with AdSense*，写得确实非常经典，于是在我们的网站上进行了一些实施，马上可以看到有一个明显的收入增长！只是按照电子书上的指导调整一下 AdSense 的颜色、位置就可以立马提高收入，当时很惊讶，也很感谢这位美国人。（希望读者能从本书获得启发，同样马上提升自己的收入！）

更好的是，在网上收到 Google 中国公司的联系，AdSense 官方大客户部的 Xuyu Zhao 和我约时间通了一次电话，说他们找了一些有潜力的“珍珠账户”，配有专人负责联系，帮助发布商解决问题，一起优化网站，提高收入。Xuyu 专门研究了我们的几个网站，推荐了一些优化技巧，记得在一个论坛上按照他推荐的办法来调整后，广告点击率和收入马上成倍增长。

2006 年 9 月，我在回国经过上海时，正好参加了 Google 公司当年在上海举行的 AdSense 巡讲会，我还专门带了巧克力给 Xuyu 表示感谢。在会上听到了来自 Google 官方人员和一些嘉宾的讲解，还获得赠送的 T-Shirt、U 盘等礼品。

在那本电子书和 Xuyu 的帮助下，我们的网站收入提高了一倍，达到 40 美元至 60 美元，而到年底的圣诞节附近，因为拨打长途电话和邮寄贺卡的人多起来，使用我们实用查询工具的网友突然增多，有一天的 AdSense 收入曾经超过 100 美元，相当于收获了一个不错的圣诞礼物，稍后还收到



了从美国 Google 公司那边邮寄来的 MP4 电子相框作为新年礼物，如图 0-2 所示。



AdSense 确实可以赚到钱，而且很有技巧性，通过学习窍门能带来收入翻番的效果！



图 0-2 收到美国 Google 公司送给 AdSense 发布商的新年礼物

### 0.1.3 2007 年：挫折、教训

做网站没有一帆风顺的事情，流量、收入的波动是常态，这就需要我们长远考虑、专注目标、打好基础、持续坚持，只要感觉大的方向正确，就要一步一步努力积累。

但有的时候遇到挫折、走错方向也是难以避免的。先不谈中小网站，就是大型网站、知名企业也一样会犯错，国内的 8848、博客网，国外的 Netscape、雅虎都是例子。

我们为了降低网站运营中对于程序开发团队的依赖，从 2006 年开始引入了开放源代码的 MediaWiki 系统，用于做维客（Wiki）网站平台，将实用查询也移植了一套 Wiki 版本，分了简体中文版、繁体中文版和英文版。这个

MediaWiki 平台的引入长期来说是一件好事情，是我们发展的基础系统。

2007 年，Google 公司又组织了全国巡讲，其中在武汉有一站，Xuyu 事先在网上联系我准备一下上台去做经验分享，于是我准备了一个 PowerPoint 文件，发给 Xuyu 后 Google 公司看了看，他们没有做任何修改就说：“不错，可行。”Xuyu 临时有事没有来，是 Google 公司 AdSense Team 的高骏来组织，在他和另外一位 Google 工程师演讲后就轮到我上台了，我演讲的标题为：《Google AdSense 使用经历、优化经验及感受》，都是结合自己的亲身经历来讲的。会后我得到一个 Google 熔岩灯作为演讲的感谢（如图 0-3 所示），带回家后儿子很喜欢它。



图 0-3 在武汉参加 AdSense 巡讲，得到的 Google 熔岩灯作为演讲礼品

但在 2007 年我们贪大求全，希望在国内推广 Wiki 的应用，搭建 Wiki 网站群，将 Wiki 可以运用的各个方面都同时设立十多个网站。然后去高校找协会开展合作，培训学生参加 Wiki 网站的编辑。这一年花费了大量的时间和精力在这项工作中，但最后的结果证明很失败：网站虽然设立起来了，但学生们的内容做得没有质量，流量少得可怜，新设立网站的 AdSense 收入惨不忍睹。这些网站后期也缺乏更新维护，沦为可有可无的东西，也可以称为“垃圾”，网站维持了两年，到最后的结果还是整体删除，教训深刻！



### 提醒

目标可以远大，但路要一步一步走，贪多求全、急功近利往往欲速而不达，反而浪费宝贵的时间和机会。

#### 0.1.4 2008 年：稳定、发展

2007 年底，开始意识到设立十多个 Wiki 网站是一个错误的决定，回头来重新设立了一个新的 Wiki 网站，以热门关键词为主要编辑内容，为网友提供新鲜资讯信息。公司对外招聘了网上兼职编辑，内部有专人负责编辑和审核工作，开始有一些模仿国外的人工搜索网站 Mahalo，后来看到纯粹是外部链接的内容，效果不理想，就加入了摘要信息，又引入了 Google AJAX Search API，转做热门信息，逐步形成了自己的风格，流量增加的同时 AdSense 收入也同步增加。

另外，把最早的两个电话区号和邮政编码查询网站也更换了平台，从简单 HTML 和 ASP 程序也改为使用 MediaWiki 平台，虽然在转换中费力不少，但便于今后的扩展。

这一年的 AdSense 收入开始稳定下来，新网站的美元收入换算成人民币算是每月过万了，与公司新增的投入相比基本能维持平衡。

2008 年 8 月，我和儿子去北京的鸟巢一起看奥运会比赛，顺便提前预约了 Google AdSense 团队负责与我联系的新客户经理 Sophie Liu，去 Google 中国总部进行了参观和交流。2008 年 10 月，我接到邀请去参加“2008 Google 发布商峰会”(在会上茶歇期间玩下棋游戏的情况如图 0-4 所示)，也见识到有好多收入远远超过我们



图 0-4 在北京参加 AdSense 发布商峰会，  
茶歇期间玩下棋游戏

的发布商“牛人”。



## 诀窍

网上赚钱机会很多，只要勤奋努力，而且方向没有错误的话，坚持下来会获得回报。

### 0.1.5 2009 年：突破、坚持

2009 年是取得突破的一年，虽然一开始网站就遇到搜索引擎收录展示方面的不利影响，但我们始终坚持为网友提供所需要的信息，网站编辑工作不仅没有泄气，反而想了很多办法来提高浏览量和 AdSense 收入。坚持从辅助的 Google Analytics 分析后台（本书中有专门讲述）查看每天编辑、每项调整带来的效果，不断尝试、记录。将单个网站的 AdSense 收入提高了数倍，也曾连续超过日赚 100 美元以上，如图 0-5 所示。

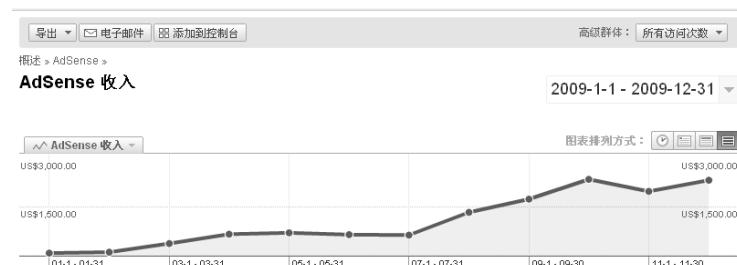


图 0-5 从 Google Analytics 后台查看某个网站 AdSense 月度收入的增长曲线

我将业余做出来的电话区号查询、邮政编码查询网站大动作升级，换用了独立域名、新的网站名称（查号吧和邮编库，在本书的网站起名中作为例子来讲述），并根据网友的留言新设立了“骗子号码曝光”等特色栏目，在 AdSense 收入得到数倍提高的同时，也做了公益工作。

在网站的运营过程中，服务器的稳定、机房的速度也很重要，有些地方没有办法省钱，我们在 2009 年也根据需要升级了服务器硬件，更换了互联网接入速度更快的机房。可以算一笔账，当每日 AdSense 收入超过 100



美元以后，如果因为服务器硬件设施落后、机房速度慢而使流量下降、中断的话，只要几天的时间，损失的金钱远超过了为改善硬件和网络的投入。

还有一个非常重要的地方，在中国大陆运营的网站必须无条件接受相关部门的监管，特别不要涉及敏感话题，低俗色情和内容版权方面也都要注意，否则麻烦就大了，AdSense 更是不用继续做了。我们的网站也曾经数次被要求整改，也有过重大损失，后来彻底调整编辑方向，再也不去惹麻烦了。



### 诀窍

网站的优化完善没有终点，不断“折腾”，总结经验教训，以前看似难以达到的目标终能达到，回头再看看也并不是什么不可能的事情。

#### 0.1.6 2010 年及以后：分享、创新

经过几年的磨炼，在 2009 年网站有了新的突破，AdSense 收入超过几万美元，也算是积累了很多经验教训。下半年启动的一个“问版主”问答网站也是我们寄予厚望的新网站。2010 年还需要大胆实施有潜力的计划，投入更多的人力物力，打造精品网站，树立自己特色和口碑、提高竞争门槛，将 AdSense 收入推向新高。如图 0-6 所示，可将 AdSense 收入捐向海地。



图 0-6 AdSense 收入可以捐向海地，以前 Google 也推出过向四川、缅甸灾民捐款

在 2010 年中，还有另外一件重要的事情就是本书的出版。我在写书的过程其实也是一个深入学习、总结知识的过程，自己都会有很多新的领悟，相信书写完了，对自己的提升会很大，对网站收入也会有很大促进。

所以希望读者朋友们也能仔仔细细、认认真真地阅读本书，不要向对

待一般图书那样看过一遍就扔在旁边去了，而是对照自己的网站不断调整改进，并反复查看本书中相关的说明，真正让本书发挥作用，促进您的收入。



## 诀窍

网上有一些人自以为懂得一些秘诀不愿与人分享，实际上这些人总也长不大、走不远，心态开放的人越是爱帮助别人，自己越能得到提高和回报。

## 0.2 关于本书

---

### 0.2.1 本书内容组织

为了涵盖 AdSense 从入门到精通的各个过程，让互联网菜鸟和网站老手都能各有收获，本书按照先易后难的安排，分为了以下几个部分。

第 0 章 关于作者和本书

第 1 章 建设优质网站，打好赚钱基础

第 2 章 加盟 Google AdSense，快速掌握要领

第 3 章 优化设置技巧，大幅提高收入

第 4 章 应用辅助工具，促进网站提升

第 5 章 其他收入来源，扩展赚钱渠道

第 6 章 汇总关注热点，解答相关问题

第 7 章 相关资源列表，帮助信息索引



## 第 0 章 关于作者和本书

本章主要介绍了作者多年的 AdSense 经验，以及如何使用本书快速提高自己的网站。本章主要包含以下内容。

- 作者的 AdSense 历程
- 关于本书
- 本书的延伸服务

通过本章的学习，相信读者一定可以从作者的 AdSense 历程中吸取经验，希望本章的内容能够帮助读者使用好本书，发挥本书的最大的价值。

## 第 1 章 建设优质网站，打好赚钱基础

Google AdSense 是建立在已有网站的基础之上，对于还没有建网站的朋友来说，本章是必须阅读的，其中包含以下内容。

- 建站策划
- 网站起名
- 空间租用
- 系统开发
- 内容建设
- 搜索引擎优化
- 网站宣传推广

这些内容涵盖了网站建设的各个方面。但本章不是孤立地讲述网站建设，而是在其中穿插与 AdSense 的相关内容，每一项工作都是为将来获得高收入做准备，因此对于已经建有网站的朋友来说，本章中的内容也一样有很多可以学习借鉴的地方。

## 第 2 章 加盟 Google AdSense，快速掌握要领

本章是为 AdSense 新手准备，对于刚刚加入或者准备加入 AdSense 的朋友来说很有作用，本章包含以下内容。

- AdSense 介绍
- 广告类型
- 账号申请
- 广告设置
- 报告获取
- 账号管理

这些内容涵盖 Google 广告的各个方面。但本章不是简单讲述 AdSense 原理和操作，而是在其中穿插进去我的理解、解释、使用技巧和注意事项，一些细节在官方网站或者帮助资料中都没有，希望能对真正重视 AdSense 的朋友有帮助。

## 第 3 章 优化设置技巧，大幅提高收入

AdSense 优化提高篇是本书的重点篇章，采用其中的优化技本能迅速、有效地提高发布商的 AdSense 收入，其中包含以下内容。

- 优化概述
- 广告位置更显眼
- 广告颜色更协调
- 广告内容更匹配
- 使用更多广告
- 跟踪广告效果
- 更多优化技巧
- 拒绝作弊



这些内容是我多年 AdSense 优化的经验汇总，也是目前可以找到的 AdSense 优化最全的中文资料。

## 第 4 章 应用辅助工具，促进网站提升

要想让 Google AdSense 收入不断提高，除了改善自己的网站和研究 AdSense 本身以外，还要多借鉴其他工具来帮忙，本书中主要介绍 Google 公司提供的其他工具和服务，其中包含以下内容。

- Google Analytics
- Google API
- Google AdManager
- Google AdPlanner
- Google AdWords
- Google 网站管理员工具
- 其他辅助工具

这些内容详细介绍各项服务的内容、功能以及如何用来提高 AdSense 收入，这些辅助工具的运用会使您的网站上升到一个新的层次。

## 第 5 章 其他收入来源，扩展赚钱渠道

本书以 Google AdSense 为主要讲述对象，不过考虑到网站站长会考虑其他收入方式，所以专门设立一章来讲解 AdSense 以外的收入方式，其中包含以下内容。

- 百度联盟
- 阿里妈妈
- 直接广告
- 增值服务
- 内部广告

通过这些内容读者可以对其他网络广告提供商，以及收入方式有一个全面了解，网站站长完全可以自由选择、进行组合投放，希望这些补充收入方式信息能实实在在地给读者有效的帮助。

## 第 6 章 汇总关注热点，解答相关问题

在一些 AdSense 方面的论坛上常看到很多提问，但认真回答的人并不多，我专门去收集整理了热点和常见的问题，结合自己在 AdSense 运用中碰到的问题，对问题进行了系统分类和仔细解答，其中包含以下内容。

- 关于网站建设的问答
- 关于 AdSense 知识的问答
- 关于 AdSense 优化的问答
- 关于 AdSense 作弊的问答
- 关于网络广告的其他问答

以上问答也就是具体问题，这些问答中还包含着不少提高 AdSense 赚钱的秘籍，读者还可以在本书的配套网站中提出自己的问题，与我或其他读者一起交流，共同提高。

## 第 7 章 相关资源列表，帮助信息索引

为了方便读者快捷找到相关资源，以及今后继续学习提高，本书的最后一章收集整理了相关信息，其中包含以下内容。

- 社区资源
- 帮助信息
- 优化资源
- 参考书

当读者遇到需要查找资料的时候，可以方便迅速地从本章内容获得，并且通过提供的本书以外扩展信息，得到更多的帮助和交流。



## 0.2.2 如何阅读本书

本书的编排体系是从基础到高级，从简单到深入。

- 如果您是还没有建立网站的朋友，建议从头开始阅读，也就是从建站开始，到申请 AdSense 账号、投放广告代码，然后是优化广告和完善网站；
- 如果您是尚未加入 AdSense 计划的网站负责人，可以从第 2 章“加盟 Google 广告，快速掌握要领”开始看；
- 如果您是正在投放 AdSense 的发布商，希望快速了解优化技巧，可以直接阅读。从第 3 章“优化设置技巧，大幅提高收入”开始阅读，一边阅读一边将学到的技巧运用到自己的网站中，这样更有针对性；
- 如果您是已经相当有经验的 AdSense 发布商或者已经看过本书回头来查阅资料，可以直接阅读本书中自己感兴趣的部分。

## 0.2.3 排版约定

在本书中有几种常用的特别信息，在各章节和段落中能起到画龙点睛的作用，排版的格式如下。



### 诀窍

告诉读者一些很有帮助的办法、窍门。



### 提醒

对一些需要注意的地方进行专门强调。

## 0.2.4 成书过程

我最早写书是在 1998 年了，当时运作 FidoNet 的拨号 BBS 积累了不少经验，自己曾经印刷过 RemoteAccess 中文手册和刻录建站光盘给需要的站长，后来在网友的帮助下，通过人民邮电出版社出版了《BBS 拨号上网 365 问》一书。此后几年，由于公司工作太忙，一直没有时间停下来再继续写书，不过其间与网友和同事合作出版过几本关于计算机、网络方面的书籍。

2009 年下半年，我从网上购买过几批网络方面的书籍，有讲网络趋势方面的，有讲网络技术方面的，还有讲网络赚钱方面的。其中大多数讲网上赚钱的有几本都是 20 岁左右年轻人写的，看得出来很有闯劲，也很有成效。不过我觉得这几本书中的部分网上赚钱的办法不很正规，很多都难以持续运营下去，也无法大规模推广。一些偏门的办法例如挂 QQ 骗流量、群发垃圾信息都不妥当，会误导读者。

而我想到自己这些年的网站运营经验，特别是近几年通过 AdSense 赚取广告收入的方式，可以算是一种正规的运营方式，完全可以作为一种在网上长久的赚钱办法推荐给读者。而此前基本上没有中文方面的 AdSense 书籍出版，所以有了自己写书的想法。

这次写书也没有通过任何熟人的推荐和联系，我自己在网上搜索到电子工业出版社的博文视点公司，觉得该公司在计算机技术方面相当专业，于是在线填写了选题登记表，没有想到第二天就接到策划编辑的电话联系，然后双方密切配合，出版社提供给我选题介绍、目录大纲等材料，在大约半个月的时间就确定了选题、通过了审核、签订了合同，这样的合作速度是我没有想到的，庆幸自己选对了出版方。

从 2009 年 12 月到 2010 年 3 月的这段时间，虽然我计划用很多的时间来撰写，但这期间正好遇到我国对互联网管理政策的重大调整（具体参看本书后记），所以不得不腾出一些精力来做相应调整，致使写书的进度有所



滞后。好在大体上的时间上还是把握住了，能按时交稿。另外，这些年积累下来的经验为本书的写作做了充分的准备、积淀了丰富的素材，让我写作起来并不太费力。

在写作期间，我还申请独立域名做了一个配套网站 [www.adsensebook.cn](http://www.adsensebook.cn)，将会在该网站上更新信息，与读者互动，并将收集、积累的信息留着为本书以后再版进一步完善做好准备。

### 0.2.5 风险提示

需要说明的是，本书是一本网络广告技术指导书，不是一本赚钱励志书籍，也不是一本致富信息书籍，尽管我做出了各方面的努力来使本书中的内容能给予读者尽量大的帮助，但并不能保证每位读者都能赚到钱。

网站的成功运营需要长期的坚持，不断努力改善，还与个人的知识基础、学习能力、综合素质相关，您可能会比本书中的例子赚得更多，也可能赚得更少，购买本书的时候，并没有得到赚钱的保障。

## 0.3 本书的延伸服务

---

### 0.3.1 配套网站

本书在撰写过程中就已经设立一个配套的网站，网址为 <http://www.adsensebook.cn/>，该网站主要包含以下几个方面的信息。

- **书籍内容：**该网站包括本书的大纲目录、部分精彩章节、常见问答等内容；
- **代码案例：**部分纸质书籍中无法很好演示的代码和案例可以在网站中查看；

- **读者互动:** 开辟一个读者与我互动交流的窗口，解答读者的个性化问题；
- **最新动态:** 出书后的 AdSense 新信息、新发现、新经验不断在网站上更新。

## 0.3.2 信息反馈

我非常希望听到来自各方的反馈信息，以便本书日后持续改进完善内容，再版时进行更新、补充。反馈的信息可以包括以下几个方面。

- **正面评价:** 如果您认为本书对您有帮助，欢迎写出您的评语和自身的受益故事；
- **负面评价:** 如果您认为本书缺点多多，希望听到您的中肯评价和批评；
- **意见建议:** 如果您对于本书、配套网站有好的意见建议，非常想知道您的想法。

您可以通过下面的联系方式与我取得联系。

## 0.3.3 联系方式

本书作者祁劲松的联系方式如下。

- **个人网站:** <http://www.jamesqi.com>
- **电子邮件:** [qijingsong@adsensebook.cn](mailto:qijingsong@adsensebook.cn)
- **配套网站:** <http://www.adsensebook.cn>



## 第 6 章

# 汇总关注热点，解答相关问题

在一些 AdSense 方面的论坛上常看到很多提问，但认真回答的人并不多，我专门去收集整理了热点和常见的问题，结合自己在 AdSense 运用中碰到的问题，对问题进行了系统分类和仔细解答。其中包含以下内容，每节中又分为了若干小节。

- 关于网站建设的问答
- 关于 AdSense 知识的问答
- 关于 AdSense 优化的问答
- 关于 AdSense 作弊的问答
- 关于广告赚钱的其他问答

这些问答中还包含着不少提高 AdSense 赚钱的秘籍，读者还可以在本书的配套网站中提出自己的问题，与作者或其他读者一起交流，共同提高。

## 6.1 关于网站建设的问答

### 6.1.1 做网站投放 AdSense 真的可以赚到钱吗

常看到一些论坛中有人发帖询问做 Google AdSense 真的能赚到钱吗？应该是有不少人带有这样怀疑。在这里以我自己亲身经历回答以下问题。

- AdSense 真的可以赚到钱，做得好还可以赚大钱。
- 肯定可以收到款，不存在无故停止账号的事情。

怀疑 AdSense 能否赚钱的人我认为可以分为以下两类。

- 一类是做过 AdSense 没有赚到钱甚至被“K”账号的人。
- 另一类是没有做过网站或者没有申请加入 AdSense 的人。

第一类人首先需要提高自己网站的内容质量，被浏览者喜欢就有价值，没有人来看当然就赚不到钱了，如果因为作弊被停止账号也很正常。

第二类人建议不妨试一试申请加入 AdSense，不用犹豫，也不要受一些论坛上抱怨 AdSense 赚不到钱的帖子影响，每个人的情况各有不同，只有行动后才能得出自己是否合适的结论。

做 AdSense 赚钱的前提是有优质网站供浏览者使用，没有做网站、做垃圾网站、靠作弊骗钱当然都是赚不到钱的。

真正要通过 AdSense 赚钱、赚大钱都是需要相当时间积累的，不可能突然暴富。

#### 诀窍

付出总有回报，无论网上、网下都是一个道理。



## 6.1.2 做一个网站需要投资多少

这个问题通常是由还没有网站而希望通过网站赚钱、创业的朋友提出。具体投资额度还没有一定标准，从几乎零投入到烧钱式的投入方式都有，下面简单列出几种开支费用。

**1. 域名费用：**可以使用免费二级域名，不过如果要长期发展的话，还是需要注册自己的独立域名，价格为每年几十元。

**2. 购买空间：**如果感觉免费系统或者免费空间不能适应要求，可以购买虚拟主机空间或者 VPS，以及托管、租用专门服务器，价格从每年几十元到数千元不等。

**3. 开发程序：**如果能找到现成的网站系统满足需要，就尽量采用成熟的网站系统，如果需要定制开发程序，可以找有相关经验的公司或者个人委托开发，需要提出详细需求并签订合同，完成后进行验收并带有一定的维护期，价格根据功能需求和研发投入来商定。

**4. 美工装修：**随着网站竞争的加强，特别是网店之间的激烈竞争，一些外观漂亮的网站更容易得到关注，所以也需要专业美工人员来进行“装修”，有数十元的现成皮肤，也可以专门制作带动画的页面。

**5. 网站推广：**网站建成后，如何让别人知道你的网站并常来访问是一个不小的挑战，推广宣传自然不可缺少，免费的办法一般是靠搜索引擎优化，花钱的办法一般是投放广告。

**6. 招聘人员：**如果网站发展大了，个人往往在时间精力上顾不过来，这时需要添加人手来进行网站内容的添加和维护，同时招聘的人员还可以做网站的客户服务工作。

而按照网站规模可以划分为以下几种方式。

**1. 零投入：**除了投入自己的时间精力以外，几乎不需要其他投入的方式。可以采用网上的免费服务，例如免费博客系统、免费网站空间、免费开源程序来搭建网站，然后是自己个人投入时间精力来添加和更新内容及服务。这种方式的好处是投入低，弊端是网站的功能、性能可能受到一些限制，难以适应特殊要求，适合于进行尝试的网站。

**2. 小型网站：**可以采取独立域名、虚拟主机的方式，使用免费程序，个人来进行内容建设和维护，投入一年只需要数百元。这种方式适合于个人建站。

**3. 中型网站：**可以采取独立域名（或者多个域名）、服务器托管或租用的方式，委托专业程序员、美工师开发设计，由工作小组来共同建设、维护，每年的投入从数万元到数十万元。这种方式适合于团队运营。

**4. 大型网站：**可以采取独立域名（或者多个域名）、多台服务器架构的方式，有专门的技术开发和维护团队、网站策划人员、网站编辑人员、网站客服人员、市场和销售人员、搜索引擎优化人员等，每年的投入在数十万到数百万元。这种方式适合于公司化正规操作。

再大规模的网站在这里就不讨论了。



## 提醒

建议采取循序渐进的投入办法，没有实力和把握不要玩烧钱的游戏。

### 6.1.3 我的网站投放 AdSense 广告可以带来多少收入

前面谈了投入问题，当然投资者会同时考虑到收入问题。在 Google 官方 AdSense 帮助中心上，“我可以通过此计划获得多少收入？”就排列在常见问题中。Google 官方的回答是收入可能是按点击付费(CPC)或者按每千次展示付费(CPM)，Google 与发布商的分成比例不公开 (Google 官方 2010 年 5 月公开了给联盟网站的 AdSense 分成比例，内容广告是 68%，搜索广告是



51%), 但承诺发布商从 Google 获得的收入不低于从其他网站广告联盟的收入。Google 建议弄清楚能赚多少钱的最好办法是马上注册、发布广告试一试, 从后台就可以看到实际收入了。

不过我想还是有很多没有用过 AdSense 的人希望知道已有发布商大概的收入情况, 而已有发布商也希望了解其他发布商的收入情况。网上公布自己收入情况的很少, 下面以我自己的例子来说一说。

虽然 AdSense 目前有内容广告、搜索广告、搜索联盟、域名广告、Feed 广告、推介广告、移动广告等多种方式, 但实际一般发布商的广告收入都是以内容广告为主, 少数网址类网站除外 (有些以搜索广告、搜索联盟为主)。而内容广告中又以按点击付费(CPC)类的收入为主, 作者自己的例子是点击付费广告占到总收入的 90%以上。

在广告计算中, 可以列一个简单的公式: 总收入=浏览量\*每千次展示收入, 每千次展示收入在 Google 后台中显示为 eCPM, 目前一般是 0.1 美元到 1 美元之间, 如果广告设置不当, 有可能比 0.1 美元更低; 如果优化得好的话, 可以到 0.5 美元以上; 如果是广告针对性强的网站或者内容质量好的英文网站, 有可能超过 1 美元。

一般水平的简体中文网站可以用 0.3 美元乘以浏览量来估算, 以表 6-1 为例:

表 6-1 网站收入计算

每日页面展示次数	每日页面展示算成千次	每千次展示收入(eCPM) 估算值	每日收入, 美元计算, 等于前两列相乘	每日收入, 换算成人民币, 以 6.7 元/美元计算	每月收入, 以 30 天计算
100 次	0.1 千次	0.3 美元/千次	0.03 美元	0.2 元	6 元
1 000 次	1 千次	0.3 美元/千次	0.3 美元	2 元人民币	60 元
10 000 次	10 千次	0.3 美元/千次	3 美元	20 元人民币	600 元
100 000 次	100 千次	0.3 美元/千次	30 美元	200 元人民币	6 000 元
1 000 000 次	1 000 千次	0.3 美元/千次	300 美元	2 000 元	60 000 元
10 000 000 次	10 000 千次	0.3 美元/千次	3 000 美元	20 000 元	600 000 元

可以看出, 您的收入与页面展示次数直接成正比, 所以做好网站内容

质量和宣传工作，提高浏览量是提高收入的关键。当每日页面展示次数在 1 万次以下时，每个月的收入都不到几百元，难以支付网站的各种成本。而如果是以团队来运营网站，人员工资、服务器购置及托管等费用开销大，一般需要做到每日页面展示次数至少在数十万以上才行。

这个 0.3 美元/千次是一个一般的估算例子，实际上根据各个网站的情况，有可能相差很多倍。

以上只是一个估算，实际上还有其他类型广告、Smart 出价等很多因素没有考虑，所以仅供粗略参考。



## 诀窍

网站的流量是关键，所以有“流量为王”的说法。

## 6.2 关于 AdSense 知识的问答

### 6.2.1 一个人可以申请多个 AdSense 账号吗

申请 AdSense 账号的时候需要提供个人或者机构的身份证明，同一个人或者机构只能申请一个 AdSense 账号。

也有人使用多个身份证明申请到多个 AdSense 账号，Google 公司运行这种情况，但会将这些账号划为关联账号，如果其中某个账号有作弊情况，可能会牵连到所有相关账号。

以我个人经验来看，除非很有特别的必要，一般就统一用一个 AdSense 账号比较方便，也没有投放不同网站的审核和限制，在一个账号中可以用渠道来进行区分统计，调整广告代码、取款起来也方便。



## 6.2.2 可以把广告代码投放到申请时填写的网站以外的地方吗

可以。AdSense 在这方面很方便，没有像国内其他一些广告联盟那样需要事先申请新的投放网址，百度联盟、阿里妈妈都是要对新添加的网站申请进行审核，批准后才能有效投放。

## 6.2.3 如何设置选择广告的语言

AdSense 是自动判断网页中的语言，然后投放相对应的语言种类广告，所以不需要进行特别的设置。

以前有一些网站内容是中文的，而通过 `iframe` 等方式投放英文广告，以为这样赚钱多一些。不过因为相关性的问题，这类英文广告的点击率并不高，一般国内看中文网站内容的人很少点击英文广告链接。另外，这种投放方式有作弊的嫌疑，不建议采用。



### 诀窍

如果希望通过投放单价高的英文广告来获得收入，正确的办法是做出有原创内容的英文网站。

## 6.2.4 Google 搜索联盟和 AdSense 搜索广告有什么区别

AdSense 搜索广告是全球范围内的一项广告业务，而 Google 搜索联盟是只针对中国 Google 的一项广告业务，区别如表 6-2 所示。

表 6-2 Google 搜索联盟与 AdSense 搜索广告对比

	Google 搜索联盟	AdSense 搜索广告
适用范围	Google 中国	Google 全球
是否可定制搜索结果页面	不能	可以
搜索点击单价	更高的分成	普通的分成
搜索结果来源	Google.cn/search	Google.cn/custom



## 诀窍

如果需要对搜索结果页面中的徽标、配色方案做出特别的定制，则使用 AdSense 搜索广告，否则就建议使用 Google 搜索联盟，以获得更高收入。

### 6.2.5 添加了 AdSense 代码怎么看不到广告显示

这是刚加入 AdSense 计划的新朋友常遇到的问题，有以下可能。

- 先删除自己浏览器的缓存并删除 Cookie，然后再次尝试访问网站。
- 如果是使用 Google AdSense 后台中的“管理广告”功能新增或者修改的广告，需要等待 10 分钟以上才能正确显示，等待时可以用“管理广告”中的“预览”功能。
- 如果是使用 Google AdManager 方式投放广告，后台中的新增或者修改都需要等待 10 分钟以上才能正确显示，等待时也可以使用“预览”功能。
- 某些浏览器或者软件可以拦截广告，遇到这种情况也会让网页中不显示广告。
- 在某些违法 AdSense 计划政策的页面上投放广告也会遇到不显示的情况。
- 如果自行修改 AdSense 代码进行广告投放也可能会遇到广告无法显示甚至页面出错的情况。
- 如果因为违规被停账号，当然也就无法看到广告显示了。

### 6.2.6 我一直收不到 PIN 码（个人识别号码）来进行验证怎么办

PIN 码是英文 Personal Identification Number（个人识别号码）的缩写。这个 PIN 码的作用是帮助 Google 验证发布商的地址并有效保护个人信息。



当发布商账户上收入超过 10 美元时，在 3 天至 5 天的时间里，Google 公司从美国以平信的方式向中国发布商账户中的中文收款人地址寄出带有 PIN 码的信件。

发布商收到 Google 美国寄来的信件后，将其中的 PIN 码输入到 AdSense 账号后台管理页面后才能收到付款。

上面的流程很清晰，本书作者收到 PIN 码的过程也很顺利。不过看到不少 AdSense 相关的论坛上，一些站长反映无法收到 PIN 码，可以检查是否是以下原因造成的。

- 检查账号中填写的收款人地址是否填写正确？是否具体？确保是可以收到平信的详细地址。
- 邮政编码也很重要，如果地址的详细邮编错误，也可能收不到或者延误收到时间。
- 一般是 4 周至 6 周可以收到，如果超过太长时间没有收到可以申请重发 PIN 码。

如果第一次没有收到 PIN 码，还有两次机会可以自己申请重发 PIN 码，在第一次 PIN 码寄出的 3 周后就可以申请重发，在重发前一定详细检查地址，可以通过“我的账户”标签下的“收款人信息”部分中的“修改”来更新付款地址。

如果 PIN 码已经发了 3 次而依然没有收到，可以在最后一次 PIN 码发出后的 4 周后通过在线表单与 Google 公司联系，AdSense 部门的人员会提供相应的解决办法。

如果超过 4 个月还没有输入正确的 PIN 码，系统会自动在网站上显示公益广告，这时可以通过在线表单与 Google 工作人员联系。

在 Google 多次发出 PIN 码的情况下，任意一次发出的 PIN 码都是有效的。



## 提醒

如果没有收到 PIN 码，注意不要在后台随便输入其他号码，否则账号可能被停用。

### 6.2.7 如何进行 Google AdSense 的电话确认

和 PIN 码验证类似，在接收付款之前发布商需要完成的另外一项工作是完成电话确认。这项工作是通过自动中文语音系统向发布商提供一个 6 位数字的验证码，具体操作步骤介绍如下。

- (1) 确认账号中收款人的联系电话，手机和座机都可以，但不能用分机号码。
- (2) 选择系统拨打电话的日期和时间，也可以选择马上拨打。
- (3) 接到电话后，按照语音提示，用电话按键输入账号中显示的 6 位数字。
- (4) 电话语音提示确认完成后，账号中就取消了电话确认的付款保留。

### 6.2.8 如何更改 AdSense 账户中的收款人信息

在论坛中关于付款的一个常见问题是站长如何修改收款人信息，具体说明如下。

Google 公司不允许 AdSense 转让账号所有权，但允许大多数国家的 AdSense 发布商修改账户中的收款人姓名，而位于中国、巴西、印度、印度尼西亚、越南、马来西亚、菲律宾、新加坡或泰国境内的发布商，则不能更新账户内的收款人姓名。因此在中国大陆如果希望更改收款人姓名，必须重新提交一份新的申请，而以前的不用账户可以申请关闭。



如果确实因故需要更改收款人，可以尝试与 AdSense 支持人员联系。

更改账户中的国家/地区设置，则需要填写申请表，等待 AdSense 支持人员审核。

付款地址是可以自己在 AdSense 管理后台直接修改的。注意，只有在每月 15 号之前更改付款方式才会在当月的付款中生效。

有部分发布商在领取西联汇款的时候，遇到邮局或者银行说拼音姓名写反了而无法取款的问题，我曾在农业银行也遇到这个问题，但在邮局却可以顺利取出。如果实在是当地机构不能办理，就只有联系 Google 公司 AdSense 支持人员来帮助修改拼音姓名了。

### 6.2.9 如何通过西联汇款接收 AdSense 付款

目前国内 AdSense 个人发布商使用西联汇款收款是最合适的一种，下面进行操作说明。

- **手续费：**目前由 Google 公司支付，发布商不需要支付任何费用。
- **使用对象：**在中国大陆目前只针对个人账户，不能用于公司账户。
- **金额限制：**如果当月超过 10000 美元，以前是自动转为安全支票方式，现在改为用多次西联汇款来完成。
- **取款网点：**在国内，中国邮政、农业银行、光大银行三家是西联汇款的代理机构，可以拨打西联的免费热线 8008208668 咨询自己最近、最方便的取款地址。
- **取款步骤：**看到“付款已签发”信息后点击“详情”选项，将得到 10 位数字的付款监控号（MTCN）、详细付款金额、发汇人详细信息记录，然后携带本人身份证前往代理机构领取。
- **有效期限：**签发日期后的 35 天以内（后来改为 60 天）如果超过 60 天没有领取，款项会被退回，并设置状态为付款保留，需要联系

Google 工作人员解除。

- **付款币种：**在西联汇款的代理机构，可以要求直接用美元或者换成人民币进行收款。
- **结汇限额：**目前中国实行的《个人外汇管理办法》对于个人结汇是每年 5 万美元的上限，如果 AdSense 收入超过这个数字的话，无法兑换为人民币，可以领取美元，让亲朋好友去兑换。

## 6.2.10 电子转账方式的劳务报酬税款是如何计算的

对于电子支付中的扣税问题，不少发布商都不是很明白，下面来进行介绍。

劳务报酬所得，是指个人从事设计、装潢、安装、制图、化验、测试、医疗、法律、会计、咨询、讲学、新闻、广播、翻译、审稿、书画、雕刻、影视、录音、录像、演出、表演、广告、展览、技术服务、介绍服务、经纪服务、代办服务以及其他劳务取得的所得。

通过 AdSense 获得的收入应该算是劳务报酬，而不算工资类型的个人所得税。

劳务报酬所得的应纳税所得额为：每次劳务报酬收入不足 4000 元的，用收入减去 800 元的费用；每次劳务报酬收入超过 4000 元的，用收入减去收入额的 20%。

劳务报酬所得适用 20% 的税率。

劳务报酬所得应纳税额的计算公式为：

$$\text{应纳个人所得税税额} = \text{应纳税所得额} \times 20\%;$$

对劳务报酬所得一次收入特别高（应纳税所得额超过 2 万元）的，要实行加成征收办法，具体为：一次取得劳务报酬收入减除费用后的余额（即



应纳税所得额)超过2万元至5万元的部分,按照税法规定计算的应纳税额,加征五成;超过5万元的部分,加征十成。

下面举例说明一下。

- 月收入500元: 纳税=0元
- 月收入2000元: 纳税=(2000-800)\*20%=1200\*20%=240元
- 月收入10000元: 纳税=10000\*(1-20%)\*20%=8000\*20%=1600元
- 月收入40000元: 纳税=40000\*(1-20%)\*20%+(40000\*(1-20%)-20000)\*20%\*50%=7600元
- 月收入100000元: 纳税=100000\*(1-20%)\*20%+(50000-20000)\*20%\*50%+(100000\*(1-20%)-50000)\*20%\*100%=25000元

可以看出电子转账方式虽然方便,纳税也是正常的,但目前税负过重,广告收入需要全额纳税,不扣除服务器空间、对外宣传推广、聘用人员工资等费用,所以一些收入大户并没有转为该方式。



AdSense月收入在1000元以下的网站建议选用电子支付方式,月收入在1000元以上的网站建议选用西联汇款方式。

## 6.3 关于AdSense 优化的问答

### 6.3.1 什么是AdWords质量得分

质量得分是AdWords中的一个概念,而不是AdSense中的概念,但因为AdWords中投放在“内容联盟网络”的广告与AdSense发布商收入密切相关,所以具体解释一下。

AdWords系统会为广告主编辑的广告组中的每个关键字计算出一个

“质量得分”，其计算依据涉及多种因素，目的是衡量关键字与广告文字和用户搜索查询之间的相关性。关键字的质量得分会经常发生变化，而且与关键字效果有着紧密的联系。一般来说，如果质量得分比较高，关键字就会以比较高的排名和比较低的每次点击费用触发广告展示。

每当关键字与搜索查询相符时（换句话说，就是每当广告主的关键字有可能会触发广告展示时），AdWords 就会计算出一个质量得分。质量得分有以下几种不同的用途。

- 影响关键字的实际每次点击费用。
- 估算广告主在账户中看到的首页出价。
- 决定关键字在用户输入搜索查询时是否可以参与广告竞价。
- 影响广告评级。
- 一般来说，质量得分越高，广告费用就越低，而广告排名就越高。

质量得分有助于确保用户在 Google 和 Google 联盟网络中只会看到最相关的广告。只要展示的广告能够尽可能切合用户的需求，AdWords 系统就可以发挥出最佳效果，让包括广告客户、用户、发布商和 Google 在内的每一方都能从中受益。具有相关性的广告往往能够吸引更多的点击次数、赢得更高的排名并为广告客户带来最理想的广告效果。

如果要将质量得分用于计算广告是否可以在特定内容联盟网络网站上展示以及广告在该网站上的排名，则需要考虑以下几种因素。

- 广告在该网站及类似网站上的既往效果。
- 广告组中的广告和关键字与网站的相关性。
- 目标网页的质量。
- 其他相关因素。

在确定展示位置定位广告是否会在特定网站上展示时，质量得分取决于广告系列的出价选项。



如果该广告系列使用每千次展示费用出价，则质量得分将取决于下面这个因素。

- 目标网页的质量。

如果该广告系列使用每次点击费用出价，则质量得分将取决于以下两个因素。

- 广告在该网站和类似网站上的历史点击率。
- 目标网页的质量。

上面的文字比较拗口，主要意思是 Google 让相关性好、点击率高、转换率高的广告优先显示，对于 AdSense 发布商来说是一个好的保护措施。

### 6.3.2 什么是 AdSense 的 Smart 定价

AdSense 收入的组成公式如下：

$$\text{AdSense 收入} = \text{广告展示次数} \times \text{点击率} \times \text{点击单价} \times \text{智能定价因素 (Smart Price)}$$

其中的广告展示次数、点击率、点击单价都很好理解，而“智能定价因素”在 Google 官方并没有给出非常明确的解释。下面我们来进行说明。

Smart Pricing 是 2004 年 4 月引入 AdSense 的，在此之前广告主为从网站得到的每次点击支付其竞价的费用，而无论这些点击是否带来了销售业绩，其结果可能是一些广告主得到了大量点击（也意味这付出大量费用），却得到非常低的投入回报率。

这样的话，他们可能会转到其他的 CPS/CPA 广告，只有实现销售或引导行动后才支付费用。

为了改善广告主的投入回报率，Google 降低了这种带来很多点击却没

有带来很多销售业绩的广告价格。这意味着同样的广告放在不同的网站上，可能会花费不同的广告费用。与此同时，同样的广告，不同的发布商就可能获得不同的收入。

在智能定价系统引入之前，发布商只是单纯专注于获得更多的点击。而有了智能定价系统，点击率高的网站有可能比点击率低的网站获得的收入要少。

Google 是如何测量广告主的销售转化率呢？发布商又如何来增加转换率以便获得更高收入呢？

Google 官方对于智能定价的介绍如下。

- 一个广告的价格受到很多种因素的影响，包括：广告主竞价、广告质量、同一个广告位竞争情况、广告组中某一个广告的位置等。
- 广告价格不受点击率的影响，给广告主大量点击并不会带来成比例的收入增加，这意味着点击率并不重要。
- 内容为王：Google 强调“为感兴趣的用户提供优质的内容”，这样网站才能从 AdSense 获得最大的收益。Google 还强调吸引目标用户来浏览这些内容的重要性。这两种因素结合才能做出一个有忠实用户的好网站。

另外，还有一些关于 AdSense 智能定价的非官方说法。

- 智能定价是针对整个 AdSense 账号的。如果有很多网站，其中有些网站上广告主的投入回报率很低的话，可能导致其他网站上的智能定价也降低。
- 智能定价每周都进行评估。如果某个广告的投入回报率很低，可以从网站上删除该广告，这样在下周的评估是就不会计算了。
- 智能定价跟踪 30 天的 Cookie。浏览用户不需要马上进行购买等转换行为，一个月内都会跟踪计算。



- 图像广告也受到智能定价的影响。
- 广告价格可能会比广告主的最低出价更低。查找目标关键词的竞拍价格没有很大的作用，如果投入回报率很低的话，网站的收入会低于广告主的最低出价。
- 广告主在 AdWords 中的转化率会被跟踪。

从上面的一些说法可以看出，智能定价就是要让网站尽量把去购买的浏览者带到目标网站。因此作为发布商可以注意以下一些方面。

- 如果发现一些页面的广告投入回报率太低，可以去掉这些页面中的广告代码，并保持跟踪观察收入变化情况。
- 可以将一个内容繁杂的网站分成多个独立的网站，以便广告更有针对性，用户更容易点击和产生购买行为。
- 如果有必要的话，可以申请多个 AdSense 账号，对应不同的网站，以避免低价广告的网站拖累整个账号。

### 6.3.3 我的网站上广告价格怎么特别低

常常在论坛中看到有人大喊大叫，说 AdSense 价格越来越低，都快要活不下去了之类的话。而 Google 官方帮助中心中关于价格波动的问题提出两个原因：Google AdSense 在不断进行完善调整及广告主投放广告的变动。可能有以下几个因素导致 AdSense 价格变低。

- **网站上广告的变动：**例如调整广告的位置后，以为广告收入会增加，实际却发现降低了，这种情况下需要还原，然后尝试其他优化办法。
- **网站的流量减少：**例如搜索引擎的收录量减少、排名下降等都会引起浏览器下降，从而收入减少。
- **季节性流量影响：**例如周末或者长假期间与平时不同，典型的是除夕和春节的前三天，人们都去与家人团聚、吃年夜饭、看电视，上网人数大量减少。

- **季节性价格变动:** 例如有些广告商通过 AdWords 投放的广告主要选择平时工作时间投放而取消周末投放，有一些只在夜间时段投放等，长假期间也是相对广告投放减少的时段。

具体的原因太多了，需要仔细查看 AdSense 后台以及网站分析服务（例如 Google Analytics）报告，从中找到可能的原因，进行针对性的调整，并观察效果。



## 提醒

在论坛上“喊穷”没有任何益处，还不如把时间用在分析原因、改善网站上。

### 6.3.4 如何快速提高 AdSense 收入

本书前面的章节中已经有优化 AdSense、提高收入各方面的内容了，这里再简单列出主要的几个步骤来帮助大家快速提高 AdSense 收入。

- **调整广告位置:** 让广告更显眼，放在不需要浏览者进行滚动下拉操作就可以看到的浏览器第一屏窗口上，也可以放置在点击操作频繁、论坛第一帖下方等引人注目的地方。
- **调整广告颜色:** 让广告更协调，与整个网站的风格一致，广告边框可以去掉，广告背景色也可以与网页背景一样的颜色，让浏览者觉得广告也是网站提供的一部分信息，这样更容易点击。
- **调整网站内容:** 与相应的广告更匹配，这样发布的广告竞争性更强，单价也会上升，并有意识增加与广告匹配的内容页面，也就有了更多的广告发布位置。
- **使用更多广告:** 在不影响用户正常使用的前提下，同一个页面可以布置多个广告单元，增加广告展示数量和点击率，将链接广告这种方式利用好，小位置也可以创造大收益。
- **跟踪广告效果:** 每次广告及网站调整后都要进行详细记录，一般观察一周左右可以看出对比，效果好的调整保留并推广应用，效果不



好的调整及时发现并还原。

以上这几点是最能快速收到实效的调整办法，我曾经帮一位朋友分析他们的网站并给出几条简单的建议，他们回去后进行相应调整，效果很明显，网站的 AdSense 广告点击率马上就提升了一倍。



### 提醒

提高 AdSense 收入其实也不难，简单说就是在“优化广告”、“改进网站”、“跟踪效果”三个方面反复做工作。

## 6.3.5 广告与网站内容匹配不好是什么原因

总体来说，Google AdSense 提供的广告与网站内容的匹配还是比较好的，目前公认超过百度联盟、阿里妈妈等其他提供关键词搜索广告的相关性。不过也有一些网站反映展示的广告相关性不高，可能由以下原因造成。

- 如果是最近的 48 小时以内新建的网页或者向网页中新添加广告代码，则 Google 的抓取工具可能还没有来得及访问网页，需要等待抓取、分析后提供匹配的广告。
- 如果是对网站进行了更新，Google 的抓取工具可能需要 1 周至 2 周的时间来回访时，才会发现内容变更，并更换更合适的广告。
- 如果网页中的文字内容过少，例如全 Flash 页面或以图片为主的页面等，Google 的抓取工具有可能无法确定页面包含的内容信息，因而无法展示有针对性的广告。
- 因为网站本身内容确实没有合适的广告匹配的时候，也会出现相关性不强的情况，例如与历史人物相关的页面本身就不好匹配广告。

除了需要时间等待 Google 来更新 AdSense 广告的情况下，建议网站运营者通过补充网站和调整主题来获得匹配更好的广告，以便提高收入。

## 6.3.6 网站上怎么老是显示公益广告

一般来说，网页中加入了 AdSense 代码后，在 48 小时内就会展示相关广告。但在 Google 还未抓取网站内容并纳入 Google 的索引中之前，会展示一段时间的公益广告，这些公益广告是不会为发布商带来任何收入的。

如果发现自己的网站上老是显示公益广告就需要检查以下几种可能存在的问题。

- 网站要求登录名和密码，导致 Google 无法抓取内容。
- 网站包含了框架，而且广告代码没有加入包含内容的框架中。
- 网站的 robots.txt 文件禁止了访问某些目录或者页面。
- 网站利用 Flash 动画、图像等动态内容将广告定位到网页。

需要进行针对性调整来消除只显示公益广告的现象，包括以下几种办法。

- 采用 AdSense 后台的“网站验证”让 Google 抓取需要用户名、密码查看的内容。
- 调整网站结构，尽量避免框架形式。
- 修改 robots.txt 文件，允许 AdSense 机器人访问相应的目录或者页面。
- 在网站中多采用文字性描述与 Flash 动画、图片等配合，让 AdSense 明白页面含义。

## 6.3.7 一个页面上可以放置多少个广告，放多少合适

Google AdSense 计划政策中规定一个页面中最多放置 3 个广告单元+3 个链接单元+2 个搜索框，这只是对 AdSense 广告的上限，如果网站还放置其他广告，页面上总的广告数量是没有限制的，只需要注意其他广告能很容易地与 AdSense 广告区别开来。



一般来说，页面上放置更多的广告意味着更容易让浏览者看到和点击，从而获得更多的收入。这也是我在前面推荐的优化办法之一，适当地增加广告数量是合理、有效的。至于一个页面中放置的广告数量多少合适不能一概而论，需要结合网站的流量情况、用户黏性、页面信息丰富程度、页面长度、页面布局等情况来分析、决定。

以我在网站运营中的经验来看，AdSense 规定的最多 3 个广告单元、3 个链接单元、2 个搜索框加起来一共有 8 个广告位，如果还加上其他的广告，一个页面的广告位在 10 个左右。当然可以不到 10 个，有时只放置 2 个至 3 个广告就能获得 90% 的收入，剩下的广告加起来只有 10% 的收入，这种情况下还不如减少广告位置，让浏览者有更好的体验。

我们也看到有一些网站内容质量一般，页面上却从上到下、从左到右堆满了花花绿绿的各种广告，包括各种联盟的广告、漂浮广告、低俗广告、欺骗性广告，浏览者遇到这样的网站第一反应就是尽快离开，堆放再多的广告也无效。

放多少广告合适？这是一个没有标准答案的问题，但有一个可靠的评价办法，就是使用渠道进行跟踪，反复调整页面上广告的数量、位置、演示等因素，通过一段时间的数据统计，可以分析找出一个相对满意的方案。

## 6.4 关于 AdSense 政策的问答

---

### 6.4.1 什么是成人内容

AdSense 计划政策中不允许广告代码投放到带有成人内容的网页中，裸体和性行为显然是属于成人内容的，除这以外，Google 官方说明还需要避免以下内容。

- 淫秽或挑逗图片
- 粗俗或下流的语言，包括成人故事
- 性秘诀或性建议
- 性恋物网站（例如恋足内容）
- 成人玩具或产品
- 宣传包含成人内容的外部网站的广告，或者指向这些网站的链接

还有一个简单的识别办法：不适于在工作时浏览或与家人共同观看的不健康内容就算是成人内容，该网站可能不适合投放 Google 广告。

Google 一旦发现网站中有成人内容，会停止相关页面的广告投放，并发邮件进行警告，警告邮件中会带有一个包含成人内容的网址例子。如果是发现严重违规的话，Google 也会马上停止该发布商的账号，并永久“K”掉。

不过 Google 在实际操作中执行得并不是非常严格，常常可以看到一些网站中包含成人内容，但依然有 Google 提供的广告出现，甚至出现的 AdSense 广告本身就有成人用品，这是 Google 在 AdSense 和 AdWords 中的人工审核不够严格造成的。

另外，我国相关部门从 2009 年开始整治网络低俗之风，加大了对黄色淫秽、打擦边球网站的打击力度，并且最高人民法院、最高人民检察院在 2010 年 1 月出台了《关于办理利用互联网、移动通讯终端、声讯台制作、复制、出版、贩卖、传播淫秽电子信息刑事案件具体应用法律若干问题的解释（二）》，以前不算什么的美女图片都可能导致严重后果，所以各网站都要尽量避免成人内容。



## 提醒

为了网站的长远发展，必须严格遵守国家相关法律法规和 Google AdSense 计划政策，否则一旦受到处罚就可能带来灾难性后果。



## 6.4.2 什么是版权材料

Google 公司指出的“版权材料”是指在未经版权所有者授权的情况下使用的材料，包括电影、电视剧、电视节目、音乐和歌曲（MP3、铃声、Flash）、漫画、书籍、软件等。

Google 不允许发布商直接或间接利用非法版权材料赚取 AdSense 广告收益。

如果网站上使用的这些材料有明确的版权所有人（公司或个人），而发布商在没有该版权所有人的正式授权（具有法律效力的授权书）的情况下使用这些材料，该网站内容就属于版权材料。

下面是在没有出版公司或者发行公司的正式授权的情况下版权材料的具体例子。

- 电影或电视在线观看或下载网站。
- 音乐在线视听或下载网站，或使用歌曲做手机铃声下载的网站。
- 使用有明确的版权所有人的内容的漫画网站。
- 在线书籍或小说网站，如果该书籍或小说已经正式发表并有明确的版权所有人。
- 软件下载网站，提供下载以及任何其他形式：如破解版、绿色版、汉化版。

如果网站服务器上没有版权材料，并不提供这些材料的直接下载，而只是提供下载链接，这样仍然算是版权材料。

请注意，AdSense 所有的广告都不可以展示在版权材料的网站上，包括 AdSense 内容广告、AdSense 搜索广告、移动广告和推介。同时，发布商也不可以在版权材料的网页上作为导向放有广告或推介页面的链接、图

片或 Flash，这同样是违反 AdSense 计划政策的。



## 提醒

我们常常可以看到，有一些网站自己做了一个版权声明（例如“本站所有内容均搜集自网络，如果侵犯了您的版权请立即通知我们，我们会立即删除”），Google 公司强调这是没有任何法律效力的。

### 6.4.3 看到其他网站上有作弊行为该怎么办

作为 AdSense 的发布商，在浏览其他网站的时候可能会发现作弊的情况，遇到这种情况不应该不管不问，而是应该将这种作弊行为向 Google 进行举报，以便将害群之马驱逐出去，维护广大诚实做站发布商的利益和形象。

举报的链接为：

[http://www.google.com/adsense/support/bin/request.py?contact=violation\\_report](http://www.google.com/adsense/support/bin/request.py?contact=violation_report)

需要填写自己的 AdSense 账户中文名、邮件地址、违规网址及违规情况，违规情况可以直接选择：

- “网站内容”

此网站包含以下内容。

- 色情或成人内容。
- 黑客或破解的内容。
- 销售或促销违禁药品、处方药、毒品用具的内容。
- 与赌博或赌场相关的内容。
- 暴力内容。
- 带有种族偏见或抨击任何个人、团体或组织的内容。
- 销售或促销武器的内容。



- 销售或促销酒类的内容。
  - 销售或促销烟草以及烟草相关产品的内容。
  - 其他违规内容（如下所述）。
- “受版权保护的内容”
    - 此网站分发他人的受版权保护材料，可能未经许可。
  - “广告代码、展示位置或行为”
    - 此网站鼓励用户点击广告。
    - 此网站的广告代码已被修改。
    - 此网站通过大量垃圾电子邮件进行促销。
    - 此网站在具体广告旁边放置误导性图片。
    - 很难将广告与此网站的内容区分开来。
    - 该网站在搜索框中预先填写了搜索字词。
    - 该网站中的一些链接直接将我引入 Google 搜索结果页。
    - 该网站承诺为我或第三方搜索或点击广告的行为提供报酬。
    - 在本网站中看到不适当的或定位错误的广告。
    - 其他展示位置或行为违规情况（如下所述）。
  - “其他”
    - 此网站试图在我的计算机上安装什么东西。
    - 此网站没有遵守网站管理员质量指南。
    - 其他违规情况（如下所述）。

违规情况详细信息：（请填写）



### 提醒

那些投机取巧的网站即使没有人举报，Google 本身也会定期检查是否符合 AdSense 计划政策，作弊的行为都无法长期获利。我们如果看到别人作弊，千万不能抱着侥幸心理也学着作弊。

## 6.4.4 其他联盟的代码可以和 AdSense 放在同一个页面上吗

我在 2005 年刚刚加入 AdSense 计划的时候，Google 的政策是不允许在投放 AdSense 广告代码的页面上投入其他上下文相关的广告，不过这项规定后来取消了，新的规定是“为避免误导用户，如果一个网站上包含的其他广告（或服务）采用与相应 Google 广告或搜索框相同的布局和颜色，我们将不允许在该网站上发布 Google 广告或搜索框。尽管您可以在自己的网站上直接销售广告，但您有责任确保这些广告不会与 Google 广告混淆。”

这样在同一个页面中可以放入其他广告联盟的代码，例如百度联盟、阿里妈妈等的广告。可以放置在不同的位置，使用不同的配色方案，以便与 AdSense 区别开来。

另外，我们也会看到一些发布商在一个网页中放置了大量不同联盟的广告代码，例如放置了 3 个 AdSense 内容广告、3 个百度网盟推广、3 个阿里妈妈 CPC 广告，虽然不违反 AdSense 计划政策，但给用户的感受很不好，网页中堆砌了大量的广告，用户真正需要的内容要很仔细才能在广告包围中找到，在这种情况下用户一般都会尽快离开，广告点击率反而降低。

对于多个广告联盟代码在同一个页面中混用的情况，有以下建议。

- 其他联盟同样形式的点击付费广告一般单价都比 AdSense 低，具体需要对比跟踪来决定是否投放其他广告。
- 百度联盟中的主题悬浮、新产品推广等形式是 AdSense 没有的，可以互补放在同一个页面中。
- 阿里妈妈中的淘宝客、按时长计费等形式是 AdSense 没有的，可以互补放在同一个页面中。
- 一些中小网站联盟提供的 CPS/CPA 广告，如果与自己网站内容结合



比较好的话，可以互补放在同一个页面中。

- 网页顶部 Banner 的点击率一般低于正文附近的 AdSense 广告，而 Banner 广告出现的代码往往是 HTML 中位于正文广告代码的前面，这时都是用 AdSense 广告的话，会对总体收益不利，可以将 Banner 广告换为其他联盟的代码。

#### 6.4.5 可以使用 Iframe 方式投放广告吗

Google 官方的回答是可以使用 Iframe 方式投放广告，但是不建议这么做。为了获得最好的效果，建议发布商不要通过 IFRAME 展示广告，而将广告代码直接置入内容网页的源代码中。如果发布商还是决定用 IFRAME 展示广告，请注意只能用 IFRAME 展示一个广告单元，并且不得对广告定位进行任何干扰。

下面几种方式是违规的。

- 在网页中使用隐藏或无关关键词人为影响广告定位。
- 在一个网页使用 Iframe 投放多个广告单元。
- 使用 Iframe 将广告定位到其他网页或网站。
- 使用两层或多层 Iframe 投放广告，人为影响广告定位。

曾经有作弊者利用 Iframe 方式在中文网站中展示英文广告，这可能短期内会带来高收入，但明显是违法 AdSense 计划政策的，有被“K”账号的风险。

#### 6.4.6 可以通过 JavaScript 调用广告代码吗

可以通过 JavaScript 调用广告代码。Google 允许将 AdSense 广告代码置入.js 文件中，不过请不要因为任何原因修改代码或手动影响广告的定位。

我所在单位以前的一个网站就是采用网页外置专门的.js 文件的方式来

投放 AdSense 广告以及其他联盟广告、内部广告，只需要修改对应的.js 文件就可以方便切换投放的内容。

另外，通过 Google AdManager 的 JavaScript 代码来投放广告也算一种允许的方式，AdManager 中可以直接启用 AdSense 的内容单元广告，但没有链接单元，可以将 AdSense 中的链接广告代码放在 AdManager 中投放。

## 6.4.7 我的 AdSense 代码被人恶意放置或者点击怎么办

AdSense 相关论坛中也常见到有人反映自己的代码被别人恶意放置或者点击，很担心会被 Google 认为是作弊而“K”账号，对此有以下一些办法可以避免这种情况发生。

- 经常查看 AdSense 后台数据，如果突然有很大幅度的流量、点击率发生变化，需要引起注意。
- 发现异常后与 Google 人员联系说明情况，网址：[http://www.google.com/adsense/support/bin/request.py?hl=cn&contact\\_type=invalid\\_clicks\\_contact](http://www.google.com/adsense/support/bin/request.py?hl=cn&contact_type=invalid_clicks_contact)。
- 在 AdSense 后台中启用“允许的网站”功能，建立一份允许投放广告代码的白名单，该列表以外网站上放置的广告代码都无效。
- 从网站访问统计、访问日志中查到恶意放置的网站和恶意点击的 IP，用技术手段屏蔽对方。

另外，Google 本身就有识别恶意点击的技术，对于非发布商自己的恶意点击行为会自己忽略，所以也不用太担心。

## 6.4.8 什么样的无效点击会导致 AdSense 账户被停

AdSense 相关论坛上常会看到网站站长贴出来的 AdSense 通知账户被停的邮件，多数情况都是无效点击引起，被关掉账号的站长对此往往有一



些疑问，下面进行具体说明。

Google 公司为了保护其专有的检测系统，不向发布商提供详细情况，包括可能涉及的网址、用户或者第三方服务。

有以下几种情况可能会被 AdSense 认作无效点击而关停账号。

- 发布商自己的机器点击了广告。
- 与发布商机器在同一个 IP 的其他机器点击了广告。
- 大量点击都只在目标页面停留了很短暂的时间。
- 大量点击来源于有限的 IP 地址和同样 Cookie 的机器。
- 短时间内点击率非正常大幅增长。
- 大量点击给广告主带去的 AdWords 转化率几乎为零。
- 广告点击都来自于代理服务器 IP 地址。
- 英文广告的点击都来源于中国大陆地区。
- 点击广告的机器专门点击少数广告，没有正常的浏览行为。
- 还有各种可能是作弊的行为，Google 都纳入了作弊判断模型。

Google 对于停止账号还是很慎重的，一般先是通过机器自动通过各种参数判断有嫌疑的账号，然后人工重点检查，只有确信某个 AdSense 账户会对 AdWords 客户构成风险时，才会停止该 AdSense 账户以保护广告主利益。



### 提醒

按照加入 AdSense 计划时的条款，Google 在处理无效点击活动时享有单方面的决定权。因此，那些威胁要到法院告 Google 公司的人也很难获得支持。



### 诀窍

有一些人没有把心思放在正规做网站上，而是想方设法作弊，包括建立 QQ 群互相点击等，这些都会被识别出来。只有踏踏实实做好网站，正规优化 AdSense 的投放，才能保证账户安全、长远发展。

## 6.4.9 不小心点击了自己网站上的广告怎么办

在 AdSense 相关论坛上还常看到有人问自己在管理网站的过程中不小心点击了自己网站上的广告，是否会被停止账号？应该如何处理？下面来具体解答一下。

- 偶然不小心的操作造成点击一次自己网站上的广告不用太在意，Google 的系统会进行自动分析，会对这种比例极少的行为判断为误操作，不会认为是作弊而关停账号，也不会按正常点击计费，而是忽略掉，在这样的情况下网站管理员也不用特别对 Google 说明。
- 短期内有数次不小心点击到自己网站上的广告，遇到这样情况可以填写反馈表单，说明情况，也应该会被 Google 公司人员看到并考虑不是作弊。
- 如果接到 Google 公司发来的邮件，表示因为无效点击而关停账号的情况，如果确实不是作弊，可以与 Google 公司联系进行说明、申诉。



### 诀窍

如果是对自己网站上出现的广告感兴趣的话，不要直接点击查看，而是在浏览器地址栏中输入广告下方显示的网址查看，或者使用 AdSense 预览工具（可以自己搜索下载安装）来查看。

## 6.5 关于广告赚钱的其他问答

### 6.5.1 做网络广告能成为长期的事业吗

很多个人网站的站长以前都是从兴趣爱好开始的，并没有想到通过网站能赚到很多钱，后来投放 AdSense 广告也有了一些收入，但不足以取代正常工作的薪资，所以面临是保持业余爱好还是全力投入创业的抉择问题。



如果是从收入角度来说，本书作者建议一般不要在没有把握的情况下先抛弃目前的正常工作，可以在业余时间不断学习、完善网站，当广告收入远超过薪资所获，而且发展稳定的话，再考虑全职投入网站的运营中，以便有更多的时间精力来把网站的运营和收入提高到新的水平。

如果是从业务角度来说，作者认为网络广告是一个全新的朝阳行业。在传统行业竞争越来越激烈的情况下，金融、制造等行业陷入衰退时，全球网络广告的收入却在不断增长，未来的发展趋势非常明确，所以很适合年轻人创业，完全有可能闯出自己的长期事业。只要看准方向、善于学习、坚持努力，做好网站、盈利创业都是可以达到的。

以我自己的例子来说，网站从零收入起步，经过几年的持续努力，仅仅凭借 AdSense 也可以年收入达到数万美元，足够维持一个团队来继续发展。

而我周围的业内朋友中，通过网络广告创业成功的例子就不少，下面具体举两个例子来说明一下。

专注于手机领域的“友人网”，在开头几年完全没有收入，但他们一直坚持做好网站内容和网友服务，后来每年的广告收入都有数百万元，并且都是知名手机品牌的广告主动找到他们要求投放的。创始人王燕军说一开始家人都反对其放弃以前的手机实体店来转做看不到前途的网站，到后来看到成效后再也没有人反对了。

国内知名网站“天空下载”，刚开始也是凭借个人的兴趣起家，维持一个小型团队运营多年，把每个细节做好，从而获得网友的信任，有了大量流量后广告收入自然不愁，后来还被百度公司以 3000 万元的价格收购，创始人张鹤收获不菲，可以投入到新一轮的创业发展中去。



### 诀窍

网络广告发展趋势无须怀疑，是否能把握机会要看每个人的行动了。

## 6.5.2 Adsense 中是否有 CPA 引导行动广告/CPS 销售计费广告

以前 AdSense 中有一项“推介广告”业务，就是包含的 CPA 引导行动广告或者 CPS 销售计费广告，最开始是 AdSense 注册、FireFox 下载、Picasa 下载等 Google 自身的宣传广告，后台曾经加入过其他广告主自行设定的按效果计费广告，但后来都暂停了。这类推介广告效果不是很好，难以产生比较大的收益，还有一些发布商专门钻空子作弊，让 Google 不胜其烦，干脆暂时都关闭了。

从网上广告的发展趋势来看，按时长计费的广告和按展示计费的广告所占比例在下降，目前按点击计费是主流，而按效果计费的广告所在比例在不断增加，数年以后会发展得更加成熟。估计到一定阶段，Google 还会恢复此类型广告。

## 6.5.3 Google 退出中国大陆事件对 AdSense 有哪些影响

2009 年 11 月我与出版社联系了撰写一本与 Google AdSense 有关的技术书籍，当时 Google 公司的 AdSense 在国内的发展很不错，双方很快确定了该选题，于 2009 年 12 月开始编写。

但随着国内互联网的监管加强，2010 年 1 月突然爆出 Google 公司可能退出中国大陆市场的消息，此举对 AdSense 的发展也有一定负面影响，但这本书还是在继续编写，观察情况的继续发展。

2010 年 3 月 15 日作者按期将稿件交给了出版社，出版社也开始了后续的准备出版工作。3 月 23 日 Google.cn 关闭，中文简体搜索服务迁移到 google.com.hk，并终止了自我审查，该事件的结尾基本明确。

这件事情很多使用 AdSense 的网站运营者一直非常关注，下面分析一



下可能对 AdSense 产生的影响。

## 1、Google 权威信息

- **关于 Google 中国的最新声明：**

<http://www.google.com/press/new-approach-to-china/update.html>

- **Google 服务在中国大陆的可用性：**

其中广告服务正常。

- **致尊敬的广告客户：关于 Google 中国的最新声明**

邮件通知，说明 AdWords 继续正常运作。

- **致尊敬的发布商：关于 Google 中国的最新声明**

邮件通知，说明 AdSense 继续正常运作。

## 2、Google 目前情况

- 以前的 Google.cn 跳转到 google.com.hk，继续对中国大陆网民提供中文简体搜索服务。
- Google.com.hk 中搜索有部分敏感关键词被政府相关部门屏蔽，但绝大多数正常访问。
- AdWords 的投放正常，Google 在中国大陆地区的客户、代理商都可以正常操作、营业。
- AdSense 的投放正常，暂无特别异常情况，广告的展示、统计、付款都正常。

## 3、Google 未来前景

- Google 退出中国大陆事件基本明朗，后续将会逐步平息，各方归于正常运作。
- Google.com.hk 的中文简体搜索服务绝大多数内容可以正常访问，但市场份额可能降低。
- AdWords 可以正常运作，但有可能广告主会有所减少或者增长变慢。

- AdSense 可以正常运作，但有可能广告减少或者增长变慢，广告单价可能降低。

## 4、对 AdSense 有利方面

- AdSense 发布商在中国大陆仍然有数十万家，都继续依靠广告收入。
- Google 公司在中国更专注发展商业广告项目，AdSense 团队会继续做市场宣传；
- 随着事态平息，AdWords 有了恢复和增长，带动更多人加入 AdSense 广告计划。

## 5、对 AdSense 不利方面

- AdWords 广告主减少，AdSense 的单价下降，发布商收入受影响，积极性受挫。
- 部分网站放弃 AdSense 转做百度联盟等其他广告。
- 部分网站受越来越严格的监管政策影响关闭，AdSense 发布商减少。

我与 Google 公司位于中国北京总部的 AdSense 团队大客户经理通过电话、GTalk 沟通了多次，对方说目前基本都正常，未来应该会照常运作，但是否有特别的变化现在谁也无法 100% 肯定。

Google 退出中国大陆这个事情对 AdSense 的影响做了上面的初步分析，供读者参考。建议网站运营者在小心谨慎的前提下，也大胆抓住市场机会，在很多人不看好 AdSense 发展、退出 AdSense 的情况下，继续使用 AdSense 看似有风险，不过未来的前景也可能会有转机和大的发展。而且每天都可以看到 AdSense 收益报告，如果实在需要转换为其他广告，也不是很麻烦。



## 第 5 章

# 其他收入来源，扩展赚钱渠道

本书以 Google AdSense 为主要讲述对象，不过考虑到网站站长会发展其他收入方式，所以专门设立一章来讲解 AdSense 以外的收入方式，其中本章包含以下几节，每节又分若干小节。

- 百度联盟
- 阿里妈妈
- 直接广告
- 增值服务
- 内部广告

通过本章内容读者可以对其他网络广告提供商以及收入方式有全面了解，网站站长完全可以自由选择、进行组合投放，希望这些补充收入方式信息能实实在在给读者有效的帮助。



## 5.1 百度联盟

### 5.1.1 百度联盟介绍

百度联盟在中国网站广告联盟中的名气仅次于 Google AdSense，也拥有大量的合作网站。

百度联盟中的主要产品有以下几种。

- **搜索推广合作：**与 AdSense 搜索广告类似。
- **工具栏合作：**软件作者将自己的软件与百度工具栏捆绑合作。
- **网盟推广合作：**与 AdSense 内容广告类似。
- **新业务合作：**与 AdSense 推介广告类似。
- **知道内容合作：**与百度知道产品进行的合作。

与百度联盟相配合，百度还推出了以下一些配套服务。

- **百度广告管家：**与 Google AdManager 类似。
- **百度统计：**与 Google Analytics 类似。

百度联盟在功能上基本上是模仿 Google AdSense，但也有一些自己的特色，如下所示。

- **积分制度：**可以用积分兑换奖品。
- **信誉等级：**表示诚信程度的一种指数。
- **大联盟认证：**有绿色认证、黄金认证、钻石认证，百度给予不同支持。
- **常青藤计划：**对合作伙伴的高层进行的培训。
- **步步高计划：**优化课堂，分享百度联盟优化的经验技巧。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

百度联盟登录后的界面如图 5-1 所示。



图 5-1 百度联盟登录后台中看到的界面截图

## 5.1.2 百度联盟与 Google AdSense 比较

百度联盟与 Google AdSense 比较如表 5-1 所示。

表 5-1 百度联盟与 Google AdSense 比较

	百度联盟	Google AdSense
广告形式	文字为主，也有图片	文字、图片、多媒体
广告匹配度	与网页内容匹配一般	与网页内容匹配较好
产品种类	网盟推广、搜索推广合作、工具栏合作、新业务合作、知道内容合作	内容广告、搜索广告、Feed 广告、移动广告
账号申请	相对比较难	相对容易
添加域名	需要申请审核	不需要申请
支付起点	100 元	100 美元
支付方式	电子转账	支票托收、西联汇款、电子转账
代扣税款	代扣个人劳务所得税或者单位需要提供发票则不扣税	仅电子转账方式代扣税款，其他方式不扣税
分成比例	约 50%	广告内容 68%，搜索广告 51%
封杀作弊	以前不严格，后来严格	严格

网站广告发布商选择联盟最关键的还是看谁能给自己带来的收入多，根据我自身几年的测试，以及网上论坛上一般网站站长的说法，在同样流量的情况下，百度联盟产生的收入只有 Google AdSense 产生的收入的几分之一。两种相差几倍的收入导致目前多数网站站长还是选择以 Google



AdSense 为主。



### 诀窍

目前对于多数网站来说，百度联盟带来的收入比 Google AdSense 少，但考虑到百度的快速发展，其联盟还是有发展潜力的，建议一般网站都去申请一个账号观察一下。

### 5.1.3 应用百度联盟提高网站收入

有以下一些办法可以考虑用于提高网站收入。

- 如果曾经因为作弊在 Google AdSense 遭到封号的话，可以选择百度联盟来重新开始，但注意一定不能作弊。
- 如果网站中使用搜索的人比较多，用百度的搜索联盟可能会得到比 Google 搜索广告更多的收入，因为百度搜索结果页面出现的广告更多。
- 在点击率最高的位置放置 AdSense 广告，而在顶部 Banner 等点击率不是最高的地方可以放置百度联盟广告作为补充。
- 做百度联盟广告的同时，可以申请加入百度大联盟认证，能得到宣传流量支持及更高的广告分成比例。
- AdSense 已经暂停了国内的推介广告，如果百度联盟中有合适的推介广告可以拿来放在网站中。
- 有传言百度对只做 AdSense 的网站收录效果会差一些，可以考虑也投放部分百度联盟广告来消除这种可能的因素。



### 诀窍

百度中的新业务合作提供了 CPA/CPS 推介广告，最近又在网盟合作中推出悬浮广告，这些都是目前 Google AdSense 中没有的，可以作为很好的收入补充来源。

## 5.2 阿里妈妈

---

### 5.2.1 阿里妈妈介绍

阿里妈妈是阿里巴巴公司于 2007 年推出的广告交易平台，其使命是“让天下没有难做的广告”，提出“广告是商品”的概念，希望借鉴阿里巴巴、淘宝的成功经验来打造连接广告主和网站主的广告交易平台。

阿里妈妈推出的广告模式有按时长和按点击计费的计费模式，广告形式有图片、文字链接。一开始推出时在国内做了很多市场推广活动，吸引了大批对于 Google AdSense 和百度联盟不满意的网站站长参加。

但实际上效果并不好，大多数都是质量不高的小网站参加阿里妈妈联盟，甚至出价在每周几块钱以下，发布广告的广告主也是以淘宝中的小卖家为主，出现“劣币驱逐良币”的现象，优质的网站逐步离开。阿里妈妈联盟在按照点击付费的方式上难以竞争过 Google 和百度。

2008 年 9 月阿里妈妈与淘宝网合并，采用淘宝的品牌，阿里妈妈更倾向于为淘宝网服务，而不是一个独立的网络广告平台。2009 年 1 月正式将以前以帮助淘宝网店主销售产品获得佣金的淘客称为“淘宝客”，在阿里妈妈中大力宣传，号召大家都去利用自己的网站做淘宝客，这样为阿里妈妈注入新的活力。

阿里妈妈的登录界面如图 5-2 所示。



图 5-2 阿里妈妈首页截图，主推淘宝客，显然为淘宝服务是其主要目标

### 5.2.2 阿里妈妈与 AdSense 比较

阿里妈妈与 AdSense 比较如表 5-2 所示。

表 5-2 阿里妈妈与 Google AdSense 比较

	阿里妈妈	Google AdSense
计费方式	按时长、点击、效果计费	按展示量、点击量计费
广告形式	文字、图片、多媒体	文字、图片、多媒体
广告匹配度	自动匹配一般，做淘宝客人工操作效果好一些	与网页内容匹配较好
账号申请	相对容易	相对容易
添加域名	需要申请审核，做淘宝客不需要审核	不需要申请
支付起点	任意数量	100 美元
支付方式	转到支付宝账号，可以从支付宝提现或者消费	支票托收、西联汇款、电子转账
代扣税款	代扣个人劳务所得税	仅电子转账方式代扣税款
分成比例	扣技术服务费 15%、淘宝客佣金不定，最高 50%	广告内容 68%，搜索广告 51%
封杀作弊	严格，淘宝客按效果计费不严格	严格

### 5.2.3 应用阿里妈妈提高网站收入

从我个人使用阿里妈妈广告的效果来看，不是很理想。两年来只有一次按照时长卖出广告位，其余时间都是放置的点击计费广告，而获得的收

入很少，其审核等操作也很麻烦，而且常常发来各种邮件对网站主进行促销宣传。

不过如果适当运用阿里妈妈，也有以下一些办法可以考虑用于提高网站收入。

- 如果网站的主题是购物类，阿里妈妈的淘宝客功能可能会得到比 Google AdSense 更多的收入，网站浏览者中有很多潜在网上购物者。
- 如果曾经因为作弊在 Google AdSense 遭到封号的话，可以选择阿里妈妈来重新开始，但注意一定不能作弊。
- 在点击率最高的位置放置 AdSense 广告，而在顶部 Banner 等点击率不是最高的地方可以放置阿里妈妈广告作为补充。
- 做阿里妈妈广告的同时，可以做淘宝卖家，能自己进行宣传、获得佣金。
- Google AdSense 已经暂停了国内的推介广告，如果阿里妈妈中有合适的推介广告可以拿来放在网站中。



## 诀窍

阿里妈妈中的按照时长和点击付费的广告都不推荐，不过如果自己的网站用户是某一方面的潜在消费者，淘宝客的广告方式可以考虑。

## 5.3 更多其他广告联盟

### 5.3.1 广告联盟现状

广告联盟的作用是通过网络平台连接广告主和网站主，在牵线搭桥中为双方服务，同时赚取自己的利润，说得更通俗一些，就是网上广告中介。



广告联盟的设立门槛并不高，近年来中小广告联盟激增，其中有一些只是个人所办，在资质、信誉、技术方面良莠不齐。

在搜索引擎中搜索“广告联盟”，发现有一些都是与骗子、扣量、卷款、停办等联系在一起，因此，选择广告联盟的时候需要谨慎。



### 提醒

对于主动找网站负责人联系投放广告的中小广告联盟需要谨慎，可以去网上搜索其评价，如果觉得信誉不好、实力不强、产品影响用户体验的话，就不用花时间和精力去尝试了。

## 5.3.2 广告联盟分类

按照广告联盟提供商可以分为以下几类。

**1. 搜索引擎大公司设立的广告联盟：**信誉度比较好，偏重利用搜索匹配技术提供 CPC 广告，典型的是本书介绍的 Google AdSense、百度联盟，另外还有搜狗联盟、微软 Ad Center（暂未对国内网站开放）等。

**2. 电子商务大公司设立的广告联盟：**信誉度比较好，偏重推广自身电子商务的 CPA 广告，典型的是本章前面介绍的阿里妈妈淘宝客，另外还有当当网联盟、卓越亚马逊联盟等。

**3. 中型专业广告联盟：**成立时间比较长的专门网络广告联盟商，广告产品比较多，偏重 CPA 广告，例如窄告联盟、亿起发、美通联盟、弈天联盟等。

**4. 短信 SP 广告联盟：**前几年短信 SP 火爆的时候这类联盟收入很高，但因为产品本身的问题现在走下坡路，不推荐采用。

CPA（按照每次行为付费）类型广告，如图 5-3 所示。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

选择	活动LOGO	活动ID	活动名称	计费类型	活动分类	佣金	活动周期	包含协议	审核方式	审核状态	操作
<input type="checkbox"/>	 彩视界 caishijie.com	4426	彩视界CPA	cpa	网络游戏/其他	2元/注册, 5元/观影	2010-01-22/2011-01-04	否	人工审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 3dm三十六计 CPA	4384	3dm三十六计CPA	cpa	娱乐/休闲/游戏	12元/有效注册用户	2010-01-01/2010-11-01	否	自动审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 大富堂 dafutang.com	4388	3dm大富堂CPA	cpa	娱乐/休闲/游戏	12元/有效注册用户	2009-12-21/2010-11-01	否	自动审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 爱彩票 www.aicai.com	4360	爱彩票cpa	cpa	商业/金融/服务	12元/cpa	2009-12-16/2010-12-15	否	人工审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 三国梦四百游CPA	4264	三国梦四百游CPA	cpa	娱乐/休闲/游戏	1.5元/有效用户, 2.5元/活跃用户	2009-11-03/2010-11-01	否	人工审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 国梦	4254	3dm游戏平台CPA	cpa	娱乐/休闲/游戏	12元/有效注册用户	2009-11-01/2010-11-01	是	自动审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 中国时代 3gm.com.cnimesd	4217	3gm中国时代CPA	cpa	娱乐/休闲/游戏	12元/有效注册用户	2009-11-01/2010-11-01	否	自动审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 动画精灵 dajixing.com	4199	动画精灵CPA	cpa	娱乐/休闲/游戏	1.5元/cpa	2009-10-10/2010-04-10	否	人工审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 亿起发 yiqifa.com	4119	亿起发网站加盟计划	cpa	网络游戏/其他	100元/有效用户	2009-09-01/2010-12-31	否	自动审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>

图 5-3 网站联盟中 CPA 广告的选择列表

CPS（按照每次销售付费）类型广告，如图 5-4 所示。

选择	活动LOGO	活动ID	活动名称	计费类型	活动分类	佣金	活动周期	包含协议	审核方式	审核状态	操作
<input type="checkbox"/>	 乐行网 leixingwang.com	4440	乐行网精品鞋包 CPS	cps	购物/导购/生活	11%	2010-01-20/2011-01-20	否	自动审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 尚诚良品	4431	尚诚良品CPS	cps	服装/时尚/女性	3%-18%	2010-01-25/2011-01-24	否	自动审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 Justyle	4429	Justyle	cps	服装/时尚/女性	14%	2010-01-23/2011-01-21	否	自动审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 天天购物 7top24.com	4422	天天购物CPS	cps	化妆品/美容/美体	普通会员按有效销售金额的12%为佣金, vip会员按有效销售金额的15%为佣金	2010-01-21/2011-01-20	否	自动审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 Yes Mytea 喜茶	4413	喜茶CPS	cps	购物/导购/生活	18%	2010-01-19/2011-01-17	否	自动审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 菲星数码 phisunig.com	4412	菲星数码CPS	cps	购物/导购/生活	11%	2010-01-19/2011-01-17	否	自动审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 聚尚网 jushang.com	4411	聚尚网CPS	cps	服装/时尚/女性	10.5%	2010-01-14/2011-01-13	否	自动审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 E生活 e-life.com	4410	E生活cps	cps	IT硬件/配件/互联网	3%—7%	2010-01-14/2011-01-13	否	自动审核	未申请	<a href="#">查看链接</a> <a href="#">申请加入</a>
<input type="checkbox"/>	 Lumia	4397	Lumia	cps	购物/导购/生活	4.0%	2010-01-14/2011-01-14	否	自动审核	未申请	<a href="#">查看链接</a>

图 5-4 广告联盟中 CPS 广告的选择列表



### 5.3.3 运用其他广告联盟提高网站收入

有如下一些办法可以考虑用于提高网站收入。

- 如果曾经因为作弊在 Google AdSense 遭到封号的话，可以选择其他网站联盟来重新开始，但注意一定不能作弊。
- 根据网站的主题以及浏览者的类型，可以选择合适的 CPA 广告，有可能获得比 AdSense 更高的 eCPM。
- 在点击率最高的位置放置 AdSense 广告，而在顶部 Banner 等点击率不是最高的地方可以放置其他联盟广告作为补充。



#### 诀窍

一些比较大的广告聯盟能提供比較丰富的 CPA/CPS 类型广告，可以挑选适合自己网站浏览用户的广告来投放，并记录、计算 eCPM，作为衡量是否继续投放的依据。

## 5.4 直接广告

### 5.4.1 让广告主联系你

通过广告联盟获取广告的最大好处是免除了自己联系广告主的麻烦，一般中小网站都难以有专人负责广告联系，网站主也不了解网站、不放心投放广告。

不过如果您的网站做到一定规模、有一定知名度，可以考虑绕过广告联盟，直接与广告主联系。

设立专人或者专门部门负责网站广告销售的开销比较大，一般中小网站可以由网站运营负责人兼职负责与广告主联系。

因为网站运营的事情非常多，主动联系广告主的效率不高，建议设法让广告主主动联系自己，这样成交的可能性更大一些。

让广告主联系您的办法有以下几种。

- 在网站的空闲广告位发布自己网站的广告招商信息。
- 在网站上设立专门的“广告服务”页面，介绍网站用户群体、广告格式、计费方式、联系办法等。
- 在与网站涉及领域的专业网站、论坛中介绍自己的网站及广告服务信息。
- 在其他网站投放广告，让潜在广告主发现并主动联系自己。

## 5.4.2 直接广告的定价

既然选择直接与广告主联系，在广告收入上至少需要与放置联盟广告持平或者更高才行，否则就是白白花费了联系的时间、精力却反而降低了收入。

衡量相同广告位收入的办法比较简单的是对比 eCPM，也就是千次广告展示的价值。如果放置 AdSense 的时候从后台看到某个广告位的 eCPM 是 5 元/千次展示，则可以将直接广告的价格定为超过这个数字，在与广告主的谈价中设定高于这个的底价。

至于直接广告的计费方式，最简单的是 CPT 按照时长计费，这样可以充分保证发布商的利益，使用 CPM 也可以，便于比较 eCPM。当然也不排除其他各种方式，包括 CPC 及 CPA 都是可行的，只是需要投放一段时间来计算 eCPM，确保超过投放 AdSense 的 eCPM。

## 5.4.3 直接广告的管理

直接广告的投放、管理可以采取以下几种方式。



- **修改网页代码投放：**如果网站不复杂，页面数量有限，可以通过直接修改网页 HTML 代码的方式来投放广告，到期后再修改停止或者更换其他广告投放。
- **修改网站模板投放：**如果网站页面数量大，但结构合理，有专门放置广告的模板、框架或者 JavaScript 文件，就可以修改这些模板来实现。
- **通过 Google 广告管理系统投放：**在网站建设中就嵌入 Google AdManager 代码，以后的修改、管理都可以通过这个系统来完成，包括定期投放、广告轮播等都可以轻松实现。



### 诀窍

对于广告更换频繁的网站来说，使用一套合适的广告管理系统是很有必要的，可以考虑使用 Google 广告管理系统或者百度广告管理系统，都是免费注册的。

#### 5.4.4 应用直接广告提高网站收入

以下一些办法可以考虑用于提高网站收入。

- 如果网站有相当的流量和业内知名度，可以考虑主要使用直接广告来提高网站收入，甚至不放置 AdSense 或者其他广告联盟的广告。
- 如果曾经因为作弊在 Google AdSense 遭到封号的话，可以选择直接广告来重新开始，但注意一定不能作弊。
- 根据网站的主题以及浏览者的类型，可以联系合适的广告主，有可能获得比 AdSense 更高的 eCPM。
- 在点击率最高的位置放置 AdSense 广告，而在顶部 Banner 等点击率不是最高的地方可以放置直接广告作为补充。



### 诀窍

无论是自己主动找厂商来投放广告，还是厂商主动找网站来投放广告，网站的实力是最重要的，需要在流量、口碑上做长期的积累。

## 5.5 增值服务

---

### 5.5.1 广告以外的增值服务

前面谈的都是网站通过放置各种广告来获得收入，其实可以看一看网站上投放的各式各样广告，这些广告主愿意花钱吸引有价值的流量都是有原因的，他们可以通过这些流量获得比投放广告的花费更多的收入，这些收入往往都不是广告，而是另外的收费方式，这些收费方式也可以由广告发布网站来考虑采用，也可能使用这些办法可以比放置广告得到更多的收入。

通过以下一些增值服务也可以获得收入。

- **电子商务：**通过在自己网站上销售商品及服务来获得收入，例如在查询长途电话区号的网站上自己销售长途电话卡。
- **收费会员：**给予付费的网站会员更多的权限和服务项目，例如需要付费才能进行下载、查看详细资料、发布信息。
- **中介收费：**提供网上买卖双方的交易平台，收取中介费用，例如加盟创业网站、威客竞标网站。
- **移动收费：**提供的服务通过手机运营商代收费方式获得收入，例如图片铃声下载、短信增值服务等。
- **建站收费：**通过自己的网站发布网站建设、宣传推广、搜索优化等服务项目，向服务对象收取费用。

### 5.5.2 应用增值服务提高网站收入

以下一些办法可以考虑用于提高网站收入。

- 如果网站有相当的流量和用户忠诚度，可以考虑主要使用收费会员制来提高网站收入，甚至不放置 AdSense 或者其他广告联盟的



广告。

- 如果曾经因为作弊在 Google AdSense 遭到封号的话，可以选择做增值服务来重新开始，但注意一定不能作弊。
- 根据网站的主题以及浏览器的类型，可以提供销售产品，有可能获得比 AdSense 更高的 eCPM。
- 在点击率最高的位置放置 AdSense 广告，而在顶部 Banner 等点击率不是最高的地方可以放置增值服务信息作为补充。



### 诀窍

以前如果需要销售商品的话比较麻烦，现在使用阿里妈妈淘宝客以及其他一些网站联盟提供的网店系统，可以很简单地生成一套产品销售系统。

## 5.6 内部广告

### 5.6.1 站内广告

我们可以从大型网站上看到一些广告位除了放置外部广告以外也可以放置网站内部的广告，这样可以起到以下几个作用。

- 吸引网民流量更多站内网页。
- 增加网站页面浏览数。
- 强调网站重点推荐信息。
- 宣传附加值高的服务项目。

例如在图 5-5 中，页面左侧和中部放置的是 Google AdSense 广告，而右侧放置的是站内广告。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘



图 5-5 屏幕右侧的网站内部广告可以吸引网友浏览站内更多页面

## 5.6.2 站间广告

如果您有多个网站的话，还可以在各个网站之间互相放置链接，做站间广告，有以下好处。

- 为网友提供更多关联服务。
- 提高目标网站的浏览量。
- 提高目标页面的 Google PR 值。

例如在图 5-6 的右侧，上面的“热点新闻”是站内广告，而下面的“问答集锦”则是站间广告，指向另外一个网站“问版主问答网站”中的页面。



The screenshot shows a search results page for '2010年央视虎年春晚节目单' on the 18dao.com website. The sidebar on the right contains several sections of links:

- 热点新闻** (Hot News):
  - 刘谦跪拜日本天皇遭批
  - 篮球女神王珂哭闹昏迷
  - 陈志朋博文暗示要和孙宁
  - 魔兽争霸战争视频下架
  - 南天一起撞倒凡尔赛之墓
  - 澳门初六女生裸照事件
  - 上海不欢迎你app下架
  - 内地imax电影院线一派哀
  - 孕妇被虐疑无儿裸手
  - 春晚炫山西首富李兆会
- 电影《阿凡达》专题**
- 问答集锦:**
  - 1. 韩国爱丽斯好吃讨厌的推荐
  - 2. 甲醛html敏感症状是什么
  - 3. 怎样避孕？有哪些方法
  - 4. 如何为个人无抵押贷款
  - 5. 胸侧乳房不对称正常吗
  - 6. 男性阴茎勃起异常现象
  - 7. 春运出行应注意什么
  - 8. 春节买折扣机票的方法
  - 9. 长久上阿怎能保持阴茎
  - 10. 命名保险如何跨省转移
  - 11. 信用卡的还款方式有哪些
  - 12. 重拾婚姻彩信需要开通

图 5-6 屏幕右侧下方的站间广告，为关联网站带去流量

### 5.6.3 运用内部广告提高网站收入

可以采用以下内部广告的方式来提高网站收入。

- 增加网站浏览量，从而增加广告展示次数及收入。
- 将用户引导到广告收入高的页面来增加网站收入。
- 将用户引导到收费服务、产品销售等页面。
- 在广告点击率高的位置放置 AdSense 广告，而在点击率低的位置放置内部广告作为补充。



我所在公司的网站，通过放置吸引人的内部链接，让每位浏览者从平均浏览不到 2 页提高到 4 页，在展示页面数量翻番的同时 AdSense 收入也同正比实现了翻番。

## 5.6.4 内部广告的投放及管理

一个成熟的网站往往会有使用比较多的内部广告，可以采取 Google AdManager 来管理内部广告的投放，其优势介绍如下。

- 一次性对网站广告位进行设置后，方便以后投放各种广告，包括内部广告。
- Google AdManager 中有专门的“内部广告”选项，进行了预先的特征设置。
- 方便内部广告内容修改、投放时间管理、投放地域管理、与外部广告的切换。
- 可以为内部广告设置 eCPM，与包括 AdSense 在内的其他外部广告竞价投放。

如图 5-7 所示是一个 Google AdManager 中内部广告项设置的界面例子。



图 5-7 通过 Google AdManager 发布和管理网站内部广告



## 第 4 章

# 应用辅助工具，促进网站提升

要想让 Google AdSense 收入不断提高，除了改善自己的网站和研究 AdSense 本身以外，还要多借鉴其他工具来帮忙。本章主要介绍 Google 公司提供的其他工具和服务，其中包含以下几节，每节又分若干小节。

- Google Analytics
- Google API
- Google Ad Manager
- Google Ad Planner
- Google AdWords
- Google 网站管理员工具
- 其他辅助工具

本章详细介绍各项服务的内容、功能，以及如何用来提高 AdSense 收入，这些辅助工具的运用会使您的网站提高到一个新的层次。



## 4.1 Google Analytics

---

### 4.1.1 Google Analytics 介绍

Google Analytics 是 Google 公司收购 Urchin 公司后推出的 Web 分析产品，可以对网站的访问情况进行全面记录、统计和分析。

这是一个免费的产品，并且不在网页上显示任何图标，安全方面也值得信赖，所以受到很多网站管理员的青睐。

该服务刚开始推出的时候，因为太多的网站进行申请还必须通过邀请的方式来获得，本书作者当时都等待了几个月，后来经过扩容后才可以自由申请。

使用的时候只需要在网页的 HTML 代码底部添加如下一段 JavaScript 代码就可以，例如：

```
<script type="text/javascript">
var gaJsHost = (( "http:" == document.location.protocol) ? "http://ssl." :
"http://www.");
document.write(unescape("%3Cscript      src='"
+       gaJsHost      +
"google-analytics.com/ga.js' type='text/javascript'%3E%3C/script%3E"));
</script>

<script type="text/javascript">
try {
var pageTracker = _gat._getTracker("UA-用户代码-网站代码");
pageTracker._trackPageview();
} catch(err) {}</script>
```

登录 Google Analytics 后台看到的控制台如图 4-1 所示。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘



图 4-1 Google Analytics 后台中查看网站统计数据的截图

## 4.1.2 Google Analytics 功能

### 1. 普通统计功能

和其他许多 Web 分析软件一样, Google Analytics 提供基本的统计功能, 例如流量统计、访问者浏览器设置、各种流量来源细节、搜索关键词、热门访问内容等。

### 2. 高级统计功能

Analytics 还提供了很多其他普通 Web 分析软件没有的功能, 例如 AdWords 广告投资回报率分析、与 AdSense 的整合功能、跨渠道和多媒体跟踪、自定义的报告功能、通过邮件和账号分享统计数据、以图形化让数据变得更直观等。

另外 Google 的服务器基础架构确保了数据的完整性和私密性, 并且与



多数 Google 提供的服务一样 Analytics 也是全免费的，这都是网站管理员选用 Analytics 的原因。

Analytics 官方说明：如果每月统计超过 500 万 PV，需要有一个激活的 AdWords 账号，每日预算至少是 1 美元，但本书作者的 Analytics 账号中统计已经超过每月 500 万 PV，没有预算至少 1 美元的 AdWords 投放广告，也没有见到任何限制或者提示。

### 4.1.3 Google Analytics 与 AdSense 的结合

Google Analytics 在 2008 年下半年推出了与 AdSense 结合的功能，这使得网站管理员可以更细致观察流量和收入的变化情况，从而有针对性地优化网站，让广告收入得到提升。

关联的 Analytics 与 AdSense 应该使用相同的 Google 账号。如果 Analytics 中只有一个域的话，则不需要修改网站的跟踪代码；如果 Analytics 中有多个域需要跟踪的话，可以设置其中一个为主域，不用修改该网站的跟踪代码，对其他的非主域则需要修改网页中的代码来实现跟踪。

非主域网站的页面需要在页面的顶部添加一段代码，示例如下所示。

```
<html>
<head>
.....
页面 Head 代码
.....
</head>
<body>
<script type="text/javascript">
window.google_analytics_uacct = "UA-用户代码-网站代码";
</script>
.....
```

## 页面主体代码

```
.....  
<script type="text/javascript">  
var gaJsHost = (( "http:" == document.location.protocol) ? "http://ssl." :  
"http://www.");  
document.write(unescape("%3Cscript src='"+gaJsHost+"  
"google-analytics.com/ga.js' type='text/javascript'%3E%3C/script%3E"));  
</script>  
<script type="text/javascript">  
try {  
var pageTracker = _gat._getTracker("UA-用户代码-网站代码");  
pageTracker._trackPageview();  
} catch(err) {}</script>  
</body>  
</html>
```

具体的实现办法和代码请看 Analytics 的官方帮助中心。

前面说到，在 AdSense 中的 URL 渠道跟踪功能很有用，可以让发布商看到来自各个 URL 的不同收入。不过其设置的数量上限是 200 个 URL，如果您需要跟踪的 URL 众多，例如需要对各个网站、子网站、目录、重点网页进行跟踪的话，200 个 URL 很可能不够用。我曾经请 AdSense 客户经理帮忙将该数量增加到 500 个。现在有了 Analytics 结合的功能后，这个问题就迎刃而解了，现在的 URL 渠道数量是无限的，网站有多少个可访问页面，就可以看到每个 URL 的流量和收入情况。这对于网站和页面数量很大的发布商来说非常有用，如图 4-2 所示。



## 诀窍

强烈建议还没有使用 Web 分析功能或者使用其他 Web 分析功能的发布商，马上添加或者更换成 Google Analytics，这对提高 AdSense 收入很有帮助！

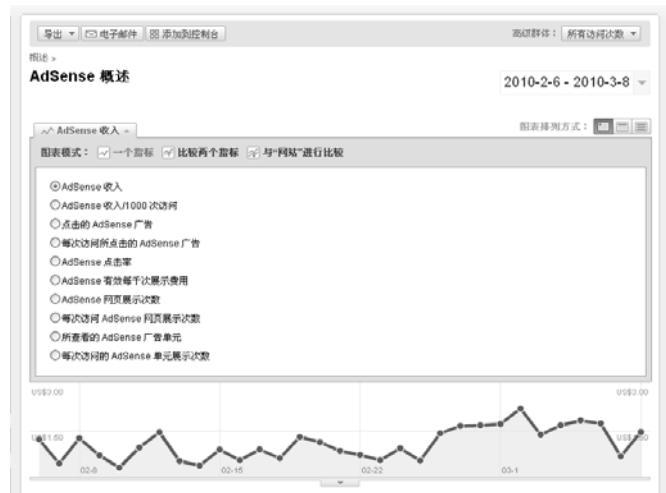


图 4-2 在 Google Analytics 中也可以看到 AdSense 的各种详细数据

#### 4.1.4 应用 Analytics 提高 AdSense 收入

在设置好 Analytics 与 AdSense 的结合后，24 小时内就可以看到 Analytics 中出现的 AdSense 数据，这些数据比单纯从 AdSense 获得数据量要大很多倍，可以充分利用起来以提高 AdSense 收入，具体可以从下面几个方面着手。

- **热门 AdSense 内容：**可以看到网站内哪些页面产生的收入最多，然后有针对性完善和添加相关网页内容。
- **热门 AdSense 推介：**可以看到从哪些网站过来的流量产生的收入最多，然后定制适合浏览器访问的内容，吸引回头客。
- **地理位置：**可以看到用户所在地理位置，然后对网站进行更改以便更好吸引来自这些地方的浏览器。
- **浏览器功能：**可以观察到访问者的浏览器设置情况，然后检查网站中的屏幕尺寸、Flash、Java 等设置，确保目标受众可以查看网站。



## 诀窍

在 2008 年 Google 推出 Analytics 与 AdSense 结合的功能后，我马上应用到网站中，经过一段时间的数据积累和分析，再做相应的调整优化，AdSense 收入有了成倍的增长。

下面是在一篇有关“用 Analytics 整合 AdSense 功能来提高网站收入”日志中写下的内容：

2008 年 12 月初，看到 Google AdSense 后台有了整合 Analytics 功能后，我们马上就进行了相关设置，然后等待数据的积累，这可是盼了好长时间的功能！

从 12 月、1 月、2 月积累下来的 3 个月数据来看，可以发现一些以前难以发现的问题，最明显的就是让你清晰了解 AdSense 收入到底是来自网站中的哪一些内容，可以精确定位到产生收入的具体页面以及搜索引擎来源对应的关键词，通过具体页面及关键词也就能知道网站中是哪些内容产生广告收入。

我们以前的网站数量比较多，网站中的栏目和页面就更多了，以前虽然能够通过大约 100 个 URL 渠道来判断大致收入来源，但最多是判断到栏目，远不如现在这样方便定位到页面。可以通过最多浏览页面和最多收入页面的对比，来分析哪些内容有人气却无收入，哪些人气少却收入多，最好是能找到“叫好又叫座”的内容。还可以发现在一些流量大的图片、分类以及内部搜索页面中我们没有安排广告位，而添加广告后，马上就有收入产生。甚至可以发现一些编辑时意想不到的收入点。

从 3 月份开始，我们有意识地通过跟踪 Analytics 中的 AdSense 报告来改进网站的编辑工作，到 3 月份的最后一天，可以看到起到了非常明显的效果，主要就体现在人工搜索这个网站上，这个网站已经积累一年多了，算是有了一些流量，但此前收入还是少得可怜，而 3 月份的编辑内容经调整后收入平均提高了一倍。



### 4.1.5 应用 Analytics 提高网站流量

网站的流量与广告收入基本上是成正比的，因此进行详细的 Web 分析来优化完善网站非常重要。在 AdSense 与 Analytics 结合之前，本书作者就一直在使用 Analytics 来统计网站访问情况。在应用 Analytics 中有以下一些办法可以提高网站流量。

- **访问流量：**观察网站整体流量变化、访问者趋势、访问者忠诚度，找出改进办法。
- **流量来源：**在各大搜索引擎中的流量来源及搜索关键词、推介网站，有意识进行针对性的搜索引擎优化和外部链接宣传。
- **网页内容：**查看热门内容、常见目标网页、常见退出网页，揣摩用户需要。
- **网站搜索：**看浏览器在站内搜索的输入框中输入什么关键词、搜索频率，有可能发现用户潜在需求。

我就是在以前的一个电话区号查询网站中添加 Analytics 统计后看到很多细节，然后有针对性改版后继续通过 Analytics 观察，又发现新增加的网站内部搜索功能中有很多浏览器直接输入需要的号码来查询，进而将网站升级改版为“查号吧”网站，使整个老网站有了更广阔的发展空间。

## 4.2 Google API

---

### 4.2.1 Google API 介绍

API 是 Application Programming Interface 的缩写，意思是“应用程序接口”，也就是软件系统衔接的约定，通过调用 API 可以不关注其内部细节，直接使用其预定的功能。

Google 是一家以搜索为核心技术的公司，也提供了丰富的 API 程序库，让其他网站很容易调用以获得相应功能。

Google API 中有一个 AdSense API，但目前在中国停止使用，其他的 API 与 AdSense 一般没有直接的关系，是通过向网站提供更多的服务功能来吸引更多用户的访问，浏览量增大的同时从而带来更多的广告收入。

需要说明的是，我并不是有经验的程序员，但了解简单的 HTML 代码知识就可以运用其中的很多 API 工具。

## 4.2.2 Google API 功能

目前 Google 提供的 API 已经非常丰富，下面是主要功能清单。

- Google 账户验证

获取对桌面或移动版应用程序的访问权限。

- Google AdSense API

在您的网站上投放广告，为您和您的用户带来收益。**(注：该功能在中国大陆地区暂停)**

- Google AdWords API

自动化和简化您的营销管理活动。

- Google AJAX API

使用 JavaScript 和 HTML 完整构建内容丰富的动态网站。**(注：可用于丰富网站内容)**

- Google AJAX 供稿 API



使用 JavaScript 轻松“混搭”公共供稿。**(注：可用于丰富网站内容)**

- Google AJAX 语言 API

使用 JavaScript 便可轻松翻译和检测多种语言。**(注：可用于丰富网站内容)**

- Google AJAX 搜索 API

将 Google 搜索框和搜索结果放到您自己的站点上。**(注：可用于丰富网站内容)**

- Google Analytics（分析）

跟踪您的网站访问量，并编写您自己的客户端应用程序，该客户端应用程序使用 Google 数据 API 供稿形式的 Google Analytics（分析）数据。

- Android

创建适用于 Android（用于移动设备的软件堆栈）的移动版应用程序。

- Google App Engine

基于 Google 的基础架构运行您的网络应用程序。

- Google 企业应用套件开发人员工具

扩展 Google 企业应用套件、与其他系统集成或构建新的应用程序。

- Google 企业应用套件 API

为 Google 企业应用专业版和教育版客户提供域管理。

- Google Base 数据 API（试验室）

通过程式化的方式管理 Google Base 内容。

- Blogger 数据 API (试验室)

使您的应用程序可以查看和更新 Blogger 内容。

- Google 图书搜索 API (试验室)

搜索图书搜索的完整索引，并与它的社交功能集成。

- Google 日历 API 和工具

创建和管理 Google 日历的活动、日历和小工具。

- Google 图表 API

在网页中动态嵌入图表。

- Google Checkout API

开始在您的网站上进行销售。

- Chromium

参与 Google 浏览器 (Google Chrome) 之后的开源项目。

- Google 代码搜索 (试验室)

搜索公共源代码。

- Google 代码搜索数据 API (试验室)

让您的应用程序可以通过 Google 代码搜索查看数据。

- Google 通讯录 API

让您的应用程序可以查看和更新用户联系人。

- Google Coupon 供稿 (试验室)



提供包含在 Google 搜索结果中的优惠券清单。

- Google 自定义搜索 API

为您的网站或网站集合创建自定义搜索引擎。**(注：可用于丰富网站功能)**

- Google 数据 API

一种简单的标准协议，用于在网络上读写数据。

- Google 桌面 API（试验室）

为 Google 桌面创建小工具和索引插件。

- Google 在线文档列表数据 API

使您的应用程序可以查看和更新您的 Google 文档列表。

- DoubleClick In-Stream（试验室）

通过使用 DoubleClick In-Stream，发布商可以在您的视频内容中发布视频插播广告。

- Google 地球 API

将 Google 地球嵌入到网页中。

- Eclipse Google 插件

简化了在 Eclipse IDE 中开发 GWT 和 App Engine 项目的过程。

- Feedburner API（试验室）

与 FeedBurner 的供稿管理和认知生成功能进行交互。

- Google 财经数据 API（试验室）

以 Google 数据 API 供稿的形式查看和更新财经内容。

- Google Friend Connect API（试验室）

供 Google 朋友群使用的 JS 和 REST/RPC API。

- 小工具 API

创建在多个站点（包括 iGoogle、Google 桌面）或任意网页上运行的迷你应用程序。

- Gears（试验室）

使网络应用程序可以在您的台式 PC 或您的移动设备上离线工作。

- Google Health API

使用 Google 管理您的个人健康信息。

- iGoogle 开发人员主页（试验室）

在 iGoogle 的新沙盒中构建和测试您的小工具。

- iGoogle 主题 API（试验室）

为 iGoogle 主页设计动态主题。

- KML

使用 Google 地球、Google 地图和手机地图来创建和共享内容。

- Google Maplets

创建嵌入 Google 地图站点的迷你应用程序。



- Google 地图 API

将 Google 互动地图与您网站的数据集成。**(注：可用于丰富网站内容)**

- 适用于 Flash 的 Google 地图 API

将 Google 地图集成到 Flash 应用程序中。

- O3D API（试验室）

完全通过 HTML 和 JavaScript 创建丰富的交互式三维网络应用程序。

- OpenSocial

创建可以跨多个网站工作的社交应用程序。

- Orkut 开发人员主页

为全球数百万 Orkut 用户创建社交应用程序。

- Picasa API（试验室）

创建自定义按钮并将文件上传到第三方服务。

- Picasa 网络相册数据 API

将 Picasa 网络相册加入到您的应用程序或网站中。

- Google 安全浏览 API（试验室）

下载可疑网络欺诈和恶意软件网址的列表。

- Google 安全数据连接器

将数据从防火墙之后连接到 Google 企业应用套件。

- Google Sitemaps

使 Google 可以快速抓取您的网站。

- Google SketchUp Ruby API

使用 Ruby 扩展 Google SketchUp。

- Social Graph API（试验室）

使用户可以将公共社会关系快速添加到您的站点。

- Google 电子表格数据 API（试验室）

使您的应用程序可以查看和更新 Google 电子表格内容。

- Google Static Maps API

将 Google 地图图片嵌入到您自己的网页中，而不需使用 JavaScript 或加载任何动态页面。

- 面向开发人员的 Google Talk（试验室）

将您的客户端或网络连接到 Google Talk 网络、添加 Chatback 或自定义 Google Talk 小工具。

- Google 工具栏 API（试验室）

使您可以为 Google 工具栏创建自定义按钮。

- Google 公交搜索供稿规范

为 Google 地图及其他应用程序提供公交路线和调度信息。

- V8



Google 的高性能开源 JavaScript 引擎。

- Google 可视化 API

创建能够以通用格式访问结构化数据的可视化界面和报告生成应用程序。

- Google Wave API

为 Google Wave 构建扩展或将 Google Wave 嵌入您的网站。

- Google 网页元素

使用 Google 网页元素，您可以轻松地将喜爱的 Google 产品添加到自己的网站中。

- Google Web Toolkit

使用 Java 语言创建 AJAX 应用程序。

- Google 网站管理员工具数据 API（试验室）

以供稿的形式查看和更新站点信息和 Sitemap。

- YouTube API

将 YouTube 视频集成到您的网站或应用程序中。

以上是目前 Google 提供的所有 API，但有一部分因为各种原因并不适用，在适用的部分中可以根据自己网站的实际需要来选用。我主要用到其中的 AJAX Search API、地图 API 和自定义搜索 API。

## 4.2.3 Google AdSense API

在 Web 2.0 方式的网站中，有很多网页内容都是用户提供的，如果能将 Google AdSense 收入与提供内容的网友分成的话，相信是会得到网友欢迎的。Google AdSense API 就是一个专门提供这种功能的平台软件，其特点如下。

- **与用户共享收益：**可以设置网站与创建内容用户之间的分成比例。网站还可以获得推荐 AdSense 新用户的奖金。
- **关心网站的社区：**通过允许用户共享他们在网站上操作产生的收益，鼓励他们参与更多网站的计划，有动力创建更高质量的内容。
- **集成用户体验：**AdSense 可以通过 API 来与网站无缝衔接，整个 AdSense 新账号创建、投放广告、监控效果，都可以结合到网站中。

限制条件是“只有用户页面的每日综合浏览量超过 100,000 的网站能够参加 AdSense API 计划”，我们的网站中有达到这个要求的，填写申请表格后，马上收到了邮件回复，测试账号和密码，可以用于先前熟悉的 SandBox（沙盒，试验区）。

Google AdSense API 的文档都是英文的，比起很容易嵌入页面的 Google AJAX Search API、Google Maps API 来说，AdSense API 的运用还是要麻烦一些，需要用 Java/PHP 或者 Python 等来编程，以便实现账号管理、广告选择、渠道添加、报表输出、网站过滤等。

这个 AdSense API 的核心是让参与内容编辑的用户也新建(或者使用自己原有) AdSense 账户，由网站管理方来设置分成比例。我在 2006 年去上海 Google AdSense 开会的时候曾经听 mofile.com 说过这种模式，不过目前在国内运用者还是很少，国外的例子还是有一些。如果这种方式与我们一直在做的 Wiki 结合起来，相信还是能形成一定的特色。可后来我发邮件询问过 Google 中国 AdSense 团队的 Sophie，她说目前 AdSense API 项目在世



界范围内还在运作，但在中国已经因故暂停了。估计 Google 受不了中国太多“聪明人”了，网站也没有办法控制自己的用户不作弊。

所以这个 API 在中国国内目前还没有办法使用。如果要实现网站与少量贡献内容用户的分成，还是有其他变通办法的，例如：

- **使用 URL 渠道：**对部分域名或者目录下设置 URL 渠道，每天自动发送定制 AdSense 报告到合作伙伴的邮箱。
- **使用 Analytics 统计：**对部分合作网站设立 Analytics 与 AdSense 的结合功能，然后将 Analytics 数据共享给合作伙伴。
- **使用另外 AdSense 账号：**在合作伙伴创建的页面中嵌入另外一个 AdSense 账号广告代码，可以自行在 AdSense 后台查看数据，需要说明的是一个页面中允许有多个 AdSense 账号代码出现，只要总体广告单元数量不超过 AdSense 计划政策规定的“3 个内容广告+3 个链接单元+2 个搜索框”就可以。

#### 4.2.4 应用 Google API 丰富网站内容

我自己的网站中使用了 Google AJAX Search API 和 Google Maps API 来丰富网站内容。

例如在图 4-3 中调用了 Google AJAX Search API 中的资讯搜索、图片搜索、博客搜索和视频搜索，为浏览该页面的用户提供了更丰富的相关信息。

实际调用 Google API 的时候并不需要懂得编程，只需要会编辑 HTML 代码就可以，当然自己不懂 HTML 也可以请别人来帮忙。

在 Google Code 网站中，每个 API 都有介绍、文档、常见问题解答、文章、博客、网上论坛、使用条款等详细信息，甚至有向导界面，只需要在页面中设置一些选项，就可以预览结果、获取代码，如图 4-4 所示。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘



图 4-3 使用 Google AJAX Search API 后网页中嵌入了 Google 搜索结果



图 4-4 调用 Google 资讯搜索结果的向导界面

在本书中就不讲述更多实施细节了，只要按照官方网站的文档仔细调试就可以。

## 4.2.5 应用 Google API 提高 AdSense 收入

Google 的各种 API 调用结果中目前基本上没有广告，但 Google 公司保



留了未来添加广告的权利，在 Google Maps API 目前已经可以加入 AdSense 广告。

目前来说，应用 Google API 提高 AdSense 收入的办法并不是直接的，而是通过丰富网站内容来吸引浏览者间接提高 AdSense 收入。

Google API 可以看做是网页中的一个功能模块，如果其提供的信息很重要、很吸引人的话，可以放在 AdSense 旁边，从而提高 AdSense 的点击率和收入，例如图 4-5 中所示 Google Maps API 就放置在 AdSense 的右侧。

图 4-5 将 Google 地图搜索结果放置在页面中增加直观性，并吸引浏览者关注旁边的广告



### 诀窍

很多网站站长都感慨难以找到合适的素材来丰富网站，其实 Google 提供的各种 API 都是网上的精华信息，充分利用好的话，它将是一个信息宝库。

## 4.3 Google Ad Manager

### 4.3.1 Google Ad Manager 介绍

Google 公司虽然有众多产品，但收入几乎都是来自广告，因此在广告方面也做了很多深入的研发工作。2008 年，Google 推出 Ad Manager 这个产品，这是一种托管型的全面广告管理解决方案，可以管理直接销售广告、网络联盟广告和网站内部广告，在广告的销售、计划、投放、报告等各方面都有很强的功能，而且有一些智能比价系统，实现 AdSense 与其他广告的对比，使网站的广告收入最大化。

Google Ad Manager 系统运作的原理图如图 4-6 所示。



图 4-6 Google Ad Manager 系统运作的原理图

可以看到该系统是一个广告管理枢纽，管理来自 AdSense、其他广告联盟以及直销团队带来的广告，然后找出收入最高的广告，投放到网站中。

按照 Google 公司的说法，如果您符合以下情况，可以考虑在业务中使用 Google 广告管理系统。

- 运营包含预留广告资源和富余广告资源的大型网站。
- 直接向广告客户销售广告（或计划未来向广告客户直接销售）。
- 希望提高销售流程的效率并提高预测的准确性。



- 需要持续投放可带来最大收益的广告。
- 发现由于无法准确预测广告资源的可用性，总是有一些广告资源未能售出。

而我所在的网站目前并没有直销广告团队，大多数中小网站目前也难以有专人进行广告直销，但我觉得 Google Ad Manager 依然有用，主要是因为以下几个原因。

- 广告代码可以一次性部署，以后不用修改网站页面代码就可以控制广告内容。
- 方便投放百度联盟、内部广告等内容。
- 用自定义定位功能实现不同页面的相同广告位投放不同的广告。

广告管理的功能是今后很多网站广告发布商无法离开的重要工具，因此百度也在 2009 年推出了自己的广告管理功能，与 Google 的产品功能近似。

在 2010 年 3 月，Google 宣布 Ad Manager 这个产品升级到 DFP 广告管理系统标准版，DFP 是 DoubleClick 公司针对中小网站发布商的广告管理系统。

### 4.3.2 Google Ad Manager 功能

Google Ad Manager 系统提供了丰富的功能，如下所示。

- **广告资源管理：**广告资源分为“广告位置”、“广告产品”进行分级管理，广告资源可用性跟踪，广告标记生成及管理，避免反复修改网页代码。
- **收益优化：**AdSense 集成进入，与其他直接销售广告和联盟广告进行智能比价。
- **广告定位：**通过内置定位选项和自定义定位标准来对广告进行定位投放。

- **广告投放管理、广告投放和下订单:** 丰富、灵活的广告控制手段。
- **广告和富媒体管理:** 富媒体支持、免费广告托管、支持重定向广告。
- **报告:** 按照订单、广告资源、总体销售等各种情况提供报告，符合国际标准。
- **用户界面:** 搜索功能、直观的工作流程、AdSense 渠道集成、浏览器会话支持。
- **账户管理:** 访问权限控制、联系人管理、支持多国语言和货币。

Google Ad Manager 中的投放优先级是一个重要而又有些难以理解的概念，下面进行具体说明。

- **独占:** 这是固定位置广告系列和以时间为基准的广告系列的首选订单项类型。
- **优先和标准:** 适用于以展示为基础的广告系列。
- **补余和联网补余:** 针对未售出的广告资源。 联网补余每日的数量不受限制，也可不规定结束日期。
- **内部:** 针对未售出的广告资源。

我在一开始也不是很理解这些概念，但接触多了，反复设置就能逐步清晰，再参加 Google 公司组织的网上培训课程后，就能全面理解，并在自己的网站中灵活运用。

### 4.3.3 Google Ad Manager 与 AdSense 的结合

在 Google Ad Manager 中的广告位置可以启用 AdSense，其好处如下。

- **最大限度地提高网站收入:** 与 Google 广告管理系统集成后，Google AdSense 能自动使未售出和补余广告资源的收入实现最大化。



- **展示能吸引用户的广告:** AdSense 不光考虑了简单的关键字匹配,还考虑到了网页的内容和相关情况,能使 Google 广告与每个网页面相匹配。
- **享受到最大的在线广告客户网络:** 数十万个广告客户参与广告空间竞价,您将能享受到那些相关性最高、付费最高的可用广告。
- **选择多种广告格式:** AdSense 广告提供文字、图片、视频和富媒体格式。各种格式的广告都参与 AdSense 广告竞价,有助于您的网站获得尽可能高的收入。

如果启用 Google AdSense 有如下优点。

- 自动在您的网站上展示内容相关、不具侵扰性的广告。
- 填充未售出的广告资源。
- 避免提供免费展示、未投放广告或损失潜在收入。

AdSense 将在价格上针对您的补余和内部广告资源进行竞争。也就是说, AdSense 仅在与其他备选方案相比能让您得到更多回报时才投放广告。

#### 4.3.4 应用 Ad Manager 提高 AdSense 收入

AdSense 广告出现的条件如下所示。

- 该广告位置已启用 AdSense。
- 所关联的订单项类型是“补余”或“内部”。
- 相应 AdSense 广告的每千次展示费用高于其他备选广告。

实际实施时需要先在 Google Ad Manager 中设定默认 AdSense 设置,如图 4-7 所示。

然后在相应的广告位置开启 AdSense 设置,如图 4-8 所示。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘



图 4-7 Google Ad Manager 中默认 AdSense 的设置



图 4-8 在设定的广告展示位置开启 AdSense 广告

如果不需要与其他广告竞争的话，直接从展示位置生成示例 HTML 复制代码到网页中就可以。

如果需要与其他广告竞争的话，可以创建“补余”或者“内部”订单，给出对应广告的每千次展示价格，当 AdSense 价格更高的时候才会出现。



另外，还可以在展示位置中对广告位进行详细说明，吸引广告主的定向投放，如图 4-9 所示。



图 4-9 填写广告位的说明，在 Google AdWords 和 Ad Planner 中向广告主宣传介绍



凡是有可能促进 AdSense 收入提高的办法，都值得去尝试，Google Ad Manager 的理解、设置对于中小站长来说麻烦一些，但还是应该去使用。

### 4.3.5 应用 Ad Manager 发布其他广告内容

除了 AdSense 以外，其他直接销售的广告、其他网络联盟广告以及网站内部广告都可以通过 Ad Manager 来统一管理发布，具体流程如下所示。

- 在“订单”栏目中选择“新订单”或者“新广告联盟订单”。
- 设置该订单，并进入“新订单项”。
- 设置新订单项，并进入“上传广告”。
- 再选择广告类似于“多媒体”，将其他广告代码嵌入“代码段”并保存即可。

Ad Manager 的官方帮助中心有更详细的使用说明和视频教程可供参考。

## 4.4 Google Ad Planner

### 4.4.1 Google Ad Planner 介绍

Google 在推出 Ad Manager 以后不久，又推出了一项与广告有关的新服务 Ad Planner，也就是 Google 广告计划系统，这是一项免费的媒体计划工具，主要是供广告主（通过 Google 发布广告的客户）研究潜在用户喜欢访问的网站以便作出广告计划决策。

使用 Google Ad Planner，可以进行如下操作：

- 根据人口统计数据和兴趣分类来定义用户。
- 搜索与你的用户相关的网站。
- 查看超过 40 个国家的上百万个网站的统计数据。
- 创建愿意投放广告的网站列表并保存到媒体计划中。
- 为媒体计划生成网站统计。

目前 Google Ad Planner 还只有英文版，但可以查看中文网站，以及输入中文内容，登录后网站界面如图 4-10 所示。



图 4-10 Google Ad Planner 登录后看到的截图，目前是英文界面



## 4.4.2 Google Ad Planner 功能

目前 Google Ad Planner 的功能主要分为以下三个部分。

- **Search:** 对网站和用户进行研究。
- **Media Plan:** 保存和修改媒体计划。
- **Publishers:** 广告发布商中心。

做 AdSense 的网站运营者一般都是做广告的发布商，而自己去投放广告的并不是很多。所以上面介绍的前两项 Google Ad Planner 功能用得不多（第一项可以用于研究竞争对手的网站），主要是用到发布商中心的功能。

## 4.4.3 Google Analytics 与 Google Ad Planner 的数据整合

Google Ad Planner 是在 2009 年新推出的 Publisher Center，是对各种数据进行整合的工具。可以从 Google Webmaster Tools（Google 网站管理员工具）中确定导入拥有的网站，然后对网站进行介绍说明、分类设置、广告格式设置，并可以让 Google Analytics 的数据（只有 Unique visitors (cookies) 和 Page Views 两项）共享出来，与 Ad Planner 提供的基础数据一起，供广告商准确了解真实情况，如图 4-11 所示。

	Share	Data	Ad Planner estimate	Google Analytics
<input checked="" type="checkbox"/> Unique visitors (cookies)	1.3 M UV	1.3 M UV		
<input checked="" type="checkbox"/> Page Views	3.1 M PV	3.8 M PV		
<input checked="" type="checkbox"/> Total Visits	1.5 M	1.5 M		
<input checked="" type="checkbox"/> Avg. Visits Per Visitor	2.2	1.16		
<input checked="" type="checkbox"/> Avg. Time On Site	3.21	2.12		

Dec 2009

Select the Google Analytics data you'd like to share. Any categories you don't select will remain private.

The data you share will improve the accuracy of the traffic statistics that advertisers see for your site in Google Ad Planner and Google Trends for Websites.

Updated settings in your Google Analytics account may take up to 48 hours to appear in Google Ad Planner. ⓘ

图 4-11 网站所有者可以在这里查看自己网站的统计，还可以分享 Analytics 数据让潜在广告主充分了解

## 4.4.4 应用 Ad Planner 提高 AdSense 收入

如果您的网站有一定流量和名气，可以在 Ad Planner 中的发布商中心对网站进行进一步的宣传，将要宣传的各个网站都加入到发布商中心来（需要先使用 Google Webmastertools 来验证对域名的所有权），如图 4-12 所示。

Sites	Categories	Advertising accepted	Shared Google Analytics data	
027.cn	Business Home & Garden Shopping Society Online Communities	<b>Placement Type:</b> In-page, Floating, Transitional, In-stream Video, In- stream Audio <b>Creative Format:</b> Text, Image, Video (in-stream / overlay), Flash/Rich Media, Audio <b>Ad Size:</b> 300x250, 336x280, 468x60, 728x90, 160x600, 120x600	Unique Visitors (cookies) Page Views Total Visits	Edit site Info Add / edit access
027.jamesqi.com	Business Food & Drink Local Real Estate Shopping	<b>Placement Type:</b> In-page, Floating, Transitional, In-stream Video, In- stream Audio <b>Creative Format:</b> Text, Image, Video (in-stream / overlay), Flash/Rich Media, Audio <b>Ad Size:</b> 300x250, 336x280, 468x60, 728x90, 160x600, 120x600	Unique Visitors (cookies) Page Views Total Visits	Edit site Info Add / edit access
18dao.com	Entertainment Adult Lifestyles News & Current Events Beauty & Personal Care	<b>Placement Type:</b> In-page, Floating, Transitional, In-stream Video, In- stream Audio <b>Creative Format:</b> Text, Image, Video (in-stream / overlay), Flash/Rich Media, Audio <b>Ad Size:</b> 300x250, 336x280, 468x60, 728x90, 160x600, 120x600	Unique Visitors (cookies) Page Views Total Visits Avg. Visits Per Visitor Avg. Time On Site	Edit site Info Add / edit access
18dao.jamesqi.com	Entertainment Adult	<b>Placement Type:</b> In-page, Floating, Transitional, In-stream Video, In- stream Audio	Unique Visitors (cookies) Page Views	Edit site Info Add / edit access

图 4-12 通过 Google Ad Planner 的发布商中心来管理自己网站的展示

然后在每个网站的信息中加入网站描述、广告服务介绍网址、所属分类、可接受的广告形式及尺寸、网站流量数据等，如图 4-13 所示。

这样使用 Ad Planner 的广告主就可能获得这些信息并将广告投放到您的网站中。

Google 的多项与广告有关的产品之间是有互相关联的，在 Google Ad Manager 中的展示位置也可以对位置进行说明，并选择将说明发布到 Google Ad Planner 中去。



**Edit site information for wenbanzhu.com**

Data below will be displayed publicly in Google Ad Planner

**Site thumbnail**

Automatically captured by Google Ad Planner. May differ from your site.

**Site description**  
250 characters max

同垂直回答网站的问题由众多版主负责回答，每个问题是只有一个答案，给予提问者全面、深入的信息和真正有用的帮助。浏览用户主要是年轻时尚一族，对互联网搜索依赖比较深，对网上新鲜事物感兴趣。因为本站内容涵盖面比较广，包括娱乐、健康、汽车、运动、电脑、旅行、教育、工作、生活、财经、医疗、数码、时尚、美食、网络、文艺、商业、外汇、学科、社会、游戏、地区、其它等。

**Advertising Information URL**  
<http://www.wenbanzhu.com/Wenbanzhu%E5%89%BF%E5%91%DA%E6%9C%AB>

**Categories**  
5 categories max

Computers & Electronics	Entertainment
Health	Internet
Internet	Lifestyles

**Accepted advertising**  wenbanzhu.com accepts advertising

Select ads that your site offers.

图 4-13 填写网站描述、分类、可接受的广告格式等信息，吸引广告主关注

## 4.5 Google AdWords

### 4.5.1 Google AdWords 介绍

AdSense 发布商应该都知道其网站上发布的广告一般都是广告主通过 AdWords 发布而来。因此了解、试用 AdWords 对于 AdSense 发布商来说很有必要，对 AdWords 越了解，对 AdSense 收入的提高也越有帮助。

AdWords 目前几乎是 Google 公司收入的全部，所以 Google 公司非常重视，不断地在将 AdWords 做得更好。

广告主可以在其中方便快捷地制作和投放广告，广告可以在以下位置出现。

- **Google 搜索网站：**一般是在 Google 搜索结果页面的右侧或者少量

在顶部、底部，与 AdSense 发布商无关。

- **AdSense 联盟网站：**这就是广告主将广告投放在加入 AdSense 计划的网站中，又有以下两种投放方式可以选择。
  - **定向投放到某个网站：**广告主指定投放在某些加入 AdSense 计划的网站中。
  - **按关键词匹配投放：**由 Google 自动匹配投放在计入 AdSense 计划的网站中。

广告主投放到“Google 搜索网站”中的广告与 AdSense 发布商无关，只有广告主投放到“AdSense 联盟网站”中的广告 AdSense 发布商参与分成。一般联盟网站上出现的广告多是广告主“按关键词匹配投放”的，这类广告的单价不是太高，要想获得更高的收入，联盟网站有必要设法吸引广告主以“定向投放到某个网站”的形式投放广告到自己的网站上来，这样在有更多的广告主竞价的情况下，广告收入自然会更高。

## 4.5.2 Google AdWords 功能

只要有 Google 账号，就可以马上申请加入 AdWords，而不需要预存费用，因此都可以去加入试用。

登录后可以看到网站界面和主要的菜单如图 4-14 所示。

可以看出主要包括广告制作及修改、优化、报告、结算等部分。

在优化部分有 3 个工具对于 AdSense 发布商来说特别有用，分别介绍如下。

- **关键字工具：**输入相关的字词或者网址，系统会给出可选的关键字推荐。



图 4-14 Google AdWords 登录后看到的界面截图

- **基于搜索的关键字工具:**生成与网站高度相关并且非常具体的关键字和目标网页建议,此工具有助于发现 AdWords 广告系列目前尚未发掘的其他广告机会。
- **搜索分析:**查看关键字的搜索趋势,并可以根据分类来排列热门关键字。

### 4.5.3 Google AdWords 关键字工具

下面以关键字工具为例来说明如何发掘新的内容。

可以在关键字工具中先输入自己的网站网址,得到系统默认给出的推荐关键字,如图 4-15 所示。

系统给出了上百个相关关键字,网站管理员可以查看每个关键字每次点击费用、广告竞争程度、搜索量等信息,将其中值得深入挖掘广告收入潜力的部分关键字,来制作专门的页面进行介绍或者完善原有的页面。例如在图 4-16 中可以看到“长途电话”等关键字很热门。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

## Google AdWords

The screenshot shows the Google AdWords Keyword Tool interface. At the top, there's a navigation bar with links for '首页' (Home), '广告系列' (Campaigns), '优化' (Optimization), '报告' (Reports), '结算' (Billing), '我的账户' (My Account), and '工具' (Tools). Below the navigation bar, it says '新增 了解新推出的关键词工具 (测试版)' (New! Learn about the new Keyword Tool (Test Version)). The main area is titled '关键字工具' (Keyword Tool). It includes sections for '说明性字词或短语' (Descriptive phrases) and '网站内容' (Website content). A note at the bottom of this section states: '重要声明: 我们无法保证这些关键词会改善您广告系列的效果。我们保留把您所添加的任何关键词的权利。您要对所选择的关键字负责, 而且有责任保证您对关键词的使用不违反任何适用法律。' (Important notice: We cannot guarantee that these keywords will improve the performance of your campaign. We reserve the right to remove any keyword you add. You are responsible for the keywords you select and must ensure that your use of them does not violate any applicable laws.) Below these sections is a search bar with placeholder text '输入网页网址, 以查找与网页内容相关的关键词' (Enter website URL to find related keywords) and a '搜索' (Search) button. To the right of the search bar, there are buttons for '+ 添加您的关键词' (Add your own keyword) and '估算搜索流量' (Estimate search traffic). On the far right, there's a sidebar with sections for '所选关键字' (Selected keywords), '将关键字保存到...' (Save keyword to...), and '将关键字保存到广告组' (Save keyword to ad group). The bottom of the sidebar has buttons for '估算搜索流量' (Estimate search traffic) and '保存到广告组' (Save to ad group).

图 4-15 Google AdWords 的关键字工具界面截图

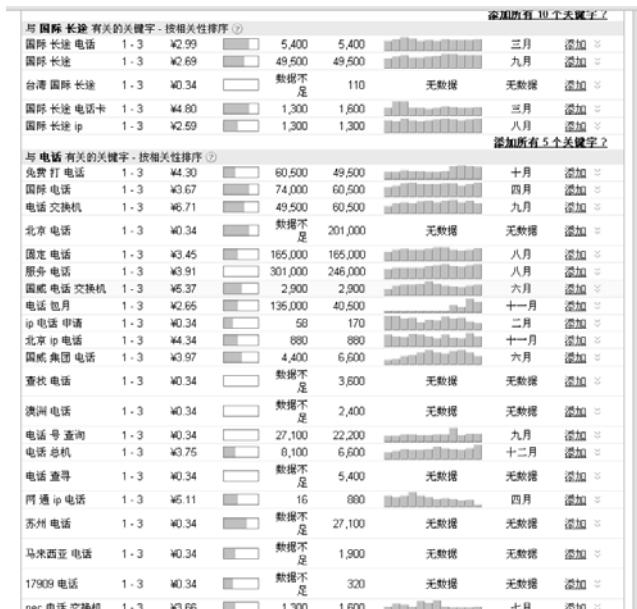


图 4-16 Google AdWords 后台中根据网站列出的关键字相关信息

另外，可以将上面得到的关键字输入到按照“说明性字词或者短语”



来生成关键字提示，这样又可以得到更多的可用关键字。

例如，输入“长途电话”可以获得更多的相关关键字，如图 4-17 所示。



图 4-17 Google AdWords 后台中根据关键字扩展出来的相关字词信息



## 诀窍

通过以上获得的这些关键字，可以对网站内容进行优化和补充，增强网站吸引高价广告的能力。

### 4.5.4 基于搜索的关键字工具

与上面的关键字工具类似，基于搜索的关键字工具也可以为网站提供更多的关键词可供选择，如图 4-18 所示。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

The screenshot shows the Google Keyword Tool interface. The search term entered is 'www.chahaoba.com'. The results table lists 20 keywords related to the site, including '电话卡' (Phone Card) and '国际长途' (International Long Distance). Each row provides metrics such as monthly search volume, competition level, and CPC.

关键词	每月搜索量	竞争程度	建议出价	广告搜索份额
电话卡	1,500	...	¥2.03	17910电话卡 电话区号
国际电话卡	820	...	¥6.84	17910电话卡 电话区号
国际电话卡	820	...	¥1.75	17910电话卡 电话区号
国际长途	820	...	¥1.13	17909国际长途 电话区号
电话卡	540	...	¥3.76	17910电话卡 电话区号
国际长途电话卡	350	...	¥1.47	17910电话卡 电话区号
国际电话卡	350	...	¥1.97	17910电话卡 电话区号
国际长途电话	280	...	¥1.81	17909国际长途 电话区号
国际长途漫游	280	...	¥1.21	17909国际长途 电话区号
长途电话卡	230	...	¥1.76	17910电话卡 电话区号
防伪查询	230	...	¥2.47	中国消费者协会品
奥运电话卡	155	...	¥1.86	17910电话卡 电话区号
17909国际长途	155	...	¥4.07	17909国际长途 电话区号
上海网通营业厅	155	...	¥1.80	17909国际长途 电话区号

图 4-18 Google 基于搜索的关键字工具提供的详细数据，都是改进网站的有用信息

## 4.5.5 应用 AdWords 提高 AdSense 收入

使用 AdWords 中有以下几个办法可以用来提高 AdSense 收入。

- 了解 AdWords 运作机制，在 AdSense 中做自定义渠道吸引定向投放。
- 运用关键字工具，发掘更多合适关键字来完善网站。
- 运用基于搜索的关键字工具，发掘更多合适关键字来完善网站。
- 运用搜索分析，发掘更多适合关键字来完善网站。
- 在 AdWords 中投放广告，吸引用户来访问（要注意投入产出比）。

## 4.6 Google 网站管理员工具

### 4.6.1 Google 网站管理员工具介绍

Google Webmaster Tools 的前称是 Google Sitemaps，从一个只是提交网



站地图的功能逐步发展为比较全面的网站管理员工具。

同样这也是一项免费的服务，拥有 Google 账号就可以直接申请，然后将自己的网站加入，登录后可以看到网站列表，如图 4-19 所示。

The screenshot shows the Google Website Manager interface. On the left, there's a sidebar with links like '添加网站' (Add Site), '站点' (Sites), '帮助' (Help), '常见问题' (FAQ), '重新审核网站' (Review site), 'Google 101', and '属性转让' (Property Transfer). The main area has tabs for '主页' (Home) and '网站' (Sites). Under '网站', there's a list of sites with checkboxes and validation status: 
 

网站	验证
www.027.cn	验证此网站
postcode.027.net	验证此网站
telecode.027.net	验证此网站
www.18dao.cn	验证此网站
alexa.18dao.com	验证此网站
cn.18dao.com	已验证
commerce.18dao.com	验证此网站
debt.18dao.com	已验证
deposit.18dao.com	已验证
domain.18dao.com	已验证
download.18dao.com	验证此网站
exchange.18dao.com	已验证
flight.18dao.com	已验证
fucai.18dao.com	已验证
gold.18dao.com	已验证

图 4-19 Google 网站管理員工具登录后看到的网站列表界面截图

## 4.6.2 Google 网站管理員工具功能

添加到 Google 网站管理員工具中的每个网站都有如下的功能。

- **控制台：**集中主要信息的初始界面。
- **网站配置：**包括 Sitemaps、抓取工具访问、网站链接、地址更改和设置。
- **您的网站如何显示在网页搜索结果中：**包括热门搜索查询、指向您网站的链接、关键字、内部链接和订阅用户统计信息。
- **故障诊断：**包括抓取错误、抓取统计信息和 HTML 建议。
- **试验室：**包括像 Googlebot 一样抓取恶意软件详细信息、网站性能。

每个网站的菜单如图 4-20 所示。

The screenshot shows the Google Website Manager interface for the website [www.chahaoba.com](http://www.chahaoba.com). The left sidebar has sections like Control Panel, Site Configuration, Sitemaps, Site Audit, Settings, and more. The main content area is titled 'Sitemaps' and contains a table of submitted sitemaps. The table includes columns for '文件名' (File Name), '状态' (Status), '格式' (Format), '上次下载日期' (Last Download Date), '已提交的网址' (Number of URLs Submitted), and '已编入索引的网址数量' (Number of URLs Indexed). There are also buttons for '提交 Sitemap' (Submit Sitemap) and '重新提交' (Resubmit).

文件名	状态	格式	上次下载日期	已提交的网址	已编入索引的网址数量	
index.php?title=%E7%89%89%FB%AF%8A%FB%9C%80%EF%8C%8D%E1%B5%E9%90%A2&feed=rss&namespace=0	<input checked="" type="checkbox"/>	RSS	快送	2010-1-18	1,002	143
index.php?title=%E7%89%89%FB%AF%8A%FB%9C%80%EF%8C%8D%E1%F0%94%D9&feed=rss	<input checked="" type="checkbox"/>	RSS	快送	2010-1-10	973	1
sitemap-index-telecode-jingle.xml	<input type="checkbox"/>	Sitemap	索引	2010-1-17	682,798	325,730

图 4-20 Google 网站管理工具中单个网站的管理功能菜单

### 4.6.3 应用 Google 网站管理工具提高 AdSense 收入

Google 网站管理工具与 AdSense 没有直接的关系，但可以用来设法提高网站的浏览器从而间接提高 AdSense 收入，可以采取的办法包括以下几种。

- **提交网站地图：** 提交各种版本的网站地图，提高收录覆盖面和收录速度。
- **检查网站错误：** 系统会提示 Googlebot 遇到的各种错误，可以对照排除故障。
- **关键字查询：** 查看热门搜索、外部链接、内部链接、关键字等信息，有针对性修改完善网站。
- **排查恶意软件：** 如果 Google 搜索中提示网站中包括恶意软件，可以在管理员工具中看到详细提示，排除恶意软件后重新向 Google



提出收录要求。

- **改变抓取速度：**可以看到 Googlebot 来访的频率，如果有必要可以人工设置要求 Googlebot 修改抓取速度。

### 诀窍

Google 网站管理员还在不断推出新功能，例如：查看模仿 Googlebot 抓取的结果、网站性能概况和提高速度建议等，即使不做 AdSense 的网站都有必要使用这个工具。

## 4.7 其他辅助工具

### 4.7.1 网站监控服务

网站对于网站运营者来说就像门面对于商店一样重要，如果网站无法访问的话，相当于商店关门，因此保持网站的正常运行是很重要也是很基础的工作。

而网站在运行时可能会遇到各种问题而导致无法访问，典型的情况如下所示。

- 网站所在服务器死机而导致网站无法打开。
  - 网站所在服务器负载过忙而导致网站速度非常慢。
  - 网站所在服务器上部分服务（例如程序、数据库）出故障而导致页面报错。
  - 网站所在服务器磁盘空间满，无法上传文件。
  - 网站被黑客入侵导致带有病毒代码。
  - 网站嵌入的外部服务链接变化导致网站内容出错。
- .....

上面每一种都可能成为网站运营的噩梦。网站管理员不可能 24 小时盯着网站看，因此很需要监控服务来代替人工巡查，具体有以下几种方式。

- **免费监控服务：**网上有一些提供免费网站监控服务的网站（例如：site24x7.com 提供的免费服务），在监控的网站数量、时间间隔、报警方式上有一定限制，可以满足业余网站的需要。
- **收费监控服务：**国外国内都有提供收费监控服务的网站（例如：site24x7.com 提供的收费服务），有各种收费套餐，能提供无限数量的网站监控，时间间隔可调，报警有邮件、短信等多种形式，可以满足专业网站的需要，不过价格有一些贵。
- **安装监控软件：**如果有现成的服务器，还可以安装一套监控软件（例如：Radar Website Monitor）来实现更多网站的监控，监控软件也有不少选择。



## 诀窍

短信方式通知是目前最方便的，不过监控服务提供商出售的短信通知服务都偏贵，可以选用一般都免费的邮件通知方式，然后发送到与手机绑定的邮箱，例如电信手机信箱、联通手机邮箱、移动手机邮箱，只需要每个月几元钱，就可以使邮件通过短信转发到手机上。

### 4.7.2 数据备份机制

即使网站加上了监控服务，只是保证了当时可以访问，而如果因为硬盘损坏等原因引起数据丢失并没有办法，因此对网站的数据备份非常重要。

对于不同的网站可以有不同的备份周期和手段。

- 不常更新的网站

如果网站以提供信息浏览为主的话，因为数据变化不频繁，也可以降低备份频率，以周或者月为备份间隔，甚至有些网站上线后很少变化，只



需要上线前在本地备份就可以。

- 经常更新的网站

如果网站还有网友互动部分，也就是用户可以留言、评论、提问等操作，这时必须缩短备份间隔，保证万一出现硬件故障也不至于丢失过多数据，一般可以以天或者小时为备份间隔。

- 不能中断的网站

而对于大型互动网站来说，需要采取冗余热备份的方式来保证每时每刻的数据安全，保障网站时时在线。

以我本人所在网站为例，有多台服务器、多种服务，我们的备份策略是每日备份，凌晨服务器自动启动备份脚本，将目录文件打包、将 MySQL 数据库导出备份到本地硬盘，然后上传到专门备份服务器或者备份硬盘中。而且每天白天还会有人工检查备份是否成功，每个季度从备份服务器或者备份硬盘中复制一份全备份数据。



#### 提醒

数据备份的重要性怎么强调都不为过，一个网站因为硬盘损坏而丢失几年累积数据的事故时有发生，希望大家不要遇到这样的事情！



## 第3章

# 优化设置技巧，大幅提高收入

AdSense 优化提高篇是本书的重点篇章，采用其中的优化技巧能迅速、有效地提高发布商的 AdSense 收入，其中包含以下几节，每节又分若干小节。

- 优化概述
- 广告位置更显眼
- 广告颜色更协调
- 广告内容更匹配
- 使用更多广告
- 跟踪广告效果
- 更多优化技巧
- 拒绝作弊

这些内容是我多年 AdSense 优化的经验汇总，也是目前可以找到的 AdSense 优化最全中文资料。



## 3.1 优化概述

### 3.1.1 AdSense 收入组成

AdSense 广告的总收入由投放的各种形式广告收入总和相加而成。为了使 AdSense 收入最大化，需要根据各自网站的情况尽可能从以下多种广告方式中获得收入。

- **AdSense 内容广告：** 这是一般网站最主要的收入来源，包括内容广告和链接广告。
- **AdSense 搜索广告：** 通过浏览者在搜索结果页面中点击广告获得分成。
- **Google 搜索联盟：** 与 AdSense 搜索广告类似，为 Google 宣传，有更高的分成比例。
- **AdSense 域名广告：** Google 推出的域名停靠服务，需要有大量的域名资源。
- **AdSense 移动广告：** 支持 WML/XHTML/CHML 格式的手机广告，需要有移动网站。
- **AdSense for Feeds：** 使用 RSS 阅读器看到的 Feed 广告，适用于知名博客、论坛。

上面列举的每一种形式都有其特点，我们再以一般网站收入中比例最多的 AdSense 内容广告来详细分析其组成。

AdSense 内容广告从形式上又细分为“内容广告”和“链接广告”两种方式，并且有各种尺寸规格，也有文字、图片、视频、互动等多种广告。广告主可以用内容匹配和定向广告投放。计费模式有按点击计费的 CPC 和按展示计费的 CPM 两种。看上去有些复杂，但也可以用一个简单的公式来

计算，如下所示。

$$\text{AdSense 收入} = \text{广告页面展示量} * \text{网页的 eCPM} / 1000$$

其中广告页面展示量就是您的各个网站页面展示的总和，也可以由访问 IP 数和每 IP 浏览页面数相乘，如下所示。

$$\text{广告页面展示量} = \text{访问 IP 数} * \text{每 IP 浏览页面数}$$

而 eCPM 是英文 effective cost per mille 的缩写，中文可称为千次展示价值，也就是每一千次展示可以获得的广告收入，展示的单位可以是网页、广告单元或者单个广告，一般情况下是指一千次页面展示的收入。

在广告主投放 CPM 广告时，eCPM 就等于广告主的出价，而广告主投放 CPC 广告时，eCPM 是等于点击率和单价的乘积。

$$\text{网页的 eCPM} = \text{网页点击率} * \text{广告单价} * 1000$$

将以上后面两个公式代入前面的一个公式，可以得出以下公式。

$$\text{AdSense 收入} = \text{访问 IP 数} * \text{每 IP 浏览页面数} * \text{网页点击率} * \text{广告单价}$$



## 诀窍

全面了解 AdSense 收入组成，用每一种可能的办法去设法提高 AdSense 收入。

### 3.1.2 优化的途径和目的

前面的公式中为了使乘积更大，我们就需要设法让后面相乘的 4 个参数每个都尽量增大。下面来分别讲述。

- **访问 IP 数：**让浏览者尽量多，可以通过搜索引擎优化、对外宣传、付费广告、相关链接等各种方式让网民来访问。



- **每 IP 浏览页面数：**让每位浏览者观看的页面数量尽量大，需要提供更丰富的内容和方便的导航，网页打开速度要快。
- **网页点击率：**让广告在页面中更显眼、颜色更协调、内容匹配更好、放置更多广告位等。
- **广告单价：**网页内容有更多高价值广告匹配、第一个广告位价值最高放在最容易点击的地方、吸引广告主定向投放等。



### 诀窍

影响 AdSense 收入的因素很多，经过仔细分析后，可以逐项调整，让收入持续增长。

## 3.2 广告位置更显眼

### 3.2.1 广告热点示意图，关注焦点位置

将广告放在什么位置才能使收入最大化？这是一个初学者很普遍的问题。其实 Google 早就对很多广告数据进行过详细统计分析，AdSense 的官方网站上有一幅如图 3-1 所示的广告热点示意图。

图 3-1 中颜色越深的地方（数字越小）可能带来的广告收入越多，颜色越浅的地方（数字越大）放置广告的价值越低。可以看到网页的主要内容周边以及导航菜单附近是黄金宝地，这些地方最容易被浏览者在浏览内容时看到，因此点击率也最高，也容易吸引 AdWords 广告主投放网站定位广告。

以一个实际例子来看，如图 3-2 所示。在文章标题下方的 728×15 链接广告、问题与回答之间的 336×280 大矩形内容广告以及图片下方的 160×90 链接广告，这 3 个单元都是浏览者很容易关注的地方，因而广告点击率都不错。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘



图 3-1 AdSense 广告在页面中放置的点击率热图



图 3-2 AdSense 内容广告在页面中的例子，注意放在网友重点浏览的内容周围

The image shows a screenshot of a forum post from 'JueKong' (决窍). The post discusses adjusting advertisement placement. A Google AdSense content ad is placed in the sidebar area, labeled 'Google 谷歌的广告'. The text in the post suggests that adjusting advertisement placement is a key optimization technique for new advertisers.



### 3.2.2 第一屏绝对重要，第一眼看到广告

AdSense 的计划政策中规定一个页面可以最多放置 3 个内容广告、3 个链接广告以及 2 个搜索框。一些刚加入的站长为了让收入最大化，就把这些数量用到极限，往往一个页面的上下左右到处都是广告，不仅影响页面美观和用户感受，而且广告收入并不会与放置的单元数成正比增加。

根据大量网站与网民的统计表明，浏览者进入一个页面后，往往都是先仔细查看电脑屏幕的第一屏，获得尽可能多的信息，然后才会滚动鼠标查看页面下方，而且有为数众多的浏览者根本就不会去查看第一屏下方的内容就离开。因而放在第一屏的广告点击率远远超过下方。

如图 3-3 所示的这个例子中第一屏放置了一个  $728 \times 90$  的横幅图片广告，一个  $728 \times 15$  的文字链接广告和一个  $336 \times 280$  的大矩形内容广告，这 3 个广告单元加起来的点击率可以超过 1%，而在此第一屏下方无论再放置多少广告，点击率都不会超过 0.2%，因为一般浏览者从第一屏就获得了需要查找的信息，或者觉得这个页面找不到需要的信息就马上离开，基本上不太会查看到页面下方。

### 3.2.3 常用操作链接旁边，引起顺便关注

除了将广告放在网页的主要内容旁边以吸引浏览者关注以外，还可以在网页的常用操作链接旁边放置广告，因为这些链接也是网页比较关注的地方。

例如图 3-4 所示是一个基于维客（Wiki）技术的网站，网页参与内容编辑以及留言讨论是常用的功能，因此在“编辑以上介绍”、“我要留言”这些链接附近放置广告会有不错的效果。

# Google AdSense 实战宝典

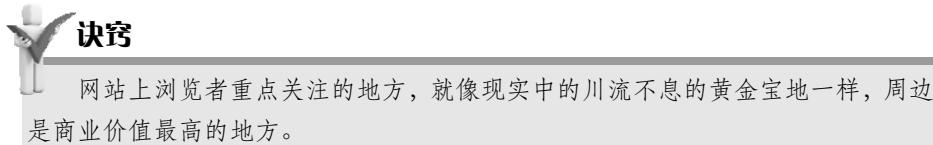
——谷歌广告网上赚钱揭秘



图 3-3 广告要放在第一屏能够看到的地方，不要麻烦浏览者滚动鼠标才能看到



图 3-4 放在操作链接旁边的 AdSense 广告容易引起网友关注，“顺便”会点击一下





### 3.2.4 不要放置的位置和格式

在网页中添加多个广告单元时应该配上渠道统计，通过后台数据来观察哪些位置和格式效果更好。

我们对众多 AdSense 发布商的经验教训进行了总结，需要注意以下几个事项。

#### 1. 页面顶部右侧的 468×60 小横幅广告不要放

如图 3-5 所示，这是老式横幅广告最常放置的位置和大小。普通浏览者是为了观看网站上的内容而来，并不专门来看广告，而页面顶部右侧的 468×60 横幅广告只需要在页面中瞟眼一看就知道是广告，在那里放置一幅广告等于是对浏览者说“我就是广告，我就在这里，快来查看，快来点击”，浏览者反而会躲得远远的，根本不会去关注其内容，点击率自然低得惊人。

The screenshot shows the homepage of 18DAO.com. At the top, there is a navigation bar with links for 首页 (Home), 生活 (Life), 学习 (Study), 工作 (Work), 休闲 (Leisure), 旅行 (Travel), 网络 (Network), 通讯 (Communication), and 财务 (Finance). Below the navigation bar, there is a large horizontal advertisement banner on the right side of the header area. The banner has a white background with black text and some small images. The text includes "一把刀实用查询大全 - 为您打造信息世界的瑞士军刀", "莫特尔视频 - 视频抢先看", "精彩视频分享前沿科技 莫特尔的荣耀,与你共享快乐", "学不会英语表达,不怕乱侃", "哈佛总裁,不用记,只需听,只需30天,让你说一口流利英语", "注册 | 登录", and "订制套餐". Below the banner, there is a section titled "关于我们 ABOUT US" with text about the history and development of knives. Further down, there is another section with text about the website's mission and user base. At the bottom of the page, there is a footer with links for "提交" (Submit), "Web", and "18dao.com". There are also links for "关于我们" (About Us), "法律声明" (Legal Statement), "广告服务" (Advertising Services), "网站地图" (Sitemap), "联系我们" (Contact Us), and "链接合作" (Link Cooperation). The footer also includes the copyright information "Copyright www.18DAO.com Since 1998".

图 3-5 反面的例子，顶部 468×60 的广告基本上没有人会去点击

## 2. 尺寸过小或者不常用的广告格式不要放

例如：

- 半横幅 ( $234 \times 60$ )
- 按钮 ( $125 \times 125$ )
- 小矩形 ( $180 \times 150$ )
- 竖幅 ( $120 \times 240$ )
- 正方形 ( $200 \times 200$ )
- 正方形 ( $250 \times 250$ )

这些广告根据点击率统计都效果不佳，尽量采用以下三种方式：

- 页首横幅 ( $728 \times 90$ )
- 宽幅摩天大楼 ( $160 \times 600$ ) 或者摩天大楼 ( $120 \times 600$ )
- 大矩形 ( $336 \times 280$ ) 或者中等矩形 ( $300 \times 250$ )

这三种是公认效果最好的格式。

## 3. 误导浏览器的位置不要放置

有些人故意混淆网页内容和广告的差别（一些软件下载网站常这样做），以为这样可以获得更多的点击和收入，其实正好相反，无效点击的增多会导致广告单价的下降，对整体收入不利，用户的体验变差，甚至会因为违反 AdSense 计划政策而被终止账号，如图 3-6 所示。

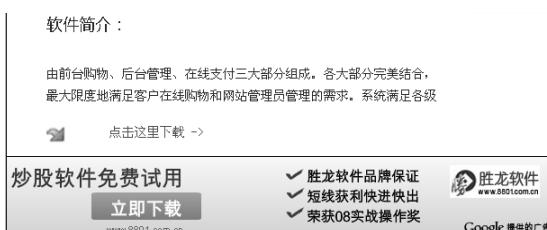


图 3-6 图中的 AdSense 放置方式明显误导浏览器，是被 Google 政策禁止的



## 3.3 广告颜色更协调

### 3.3.1 重要策略：让广告与网页内容融合一体

AdSense 广告与传统广告最大的不同之处在于与网页内容的相关性，广告本身也是对网页内容的补充，浏览者会对广告内容有兴趣。因此发布商在放置广告的时候非常重要的一个策略是让广告与网页内容融合为一体，特别是在界面上看上去协调。

有些网站为了突出广告让浏览者点击，采用了很特别的颜色和最明显的位置，与网页本身的内容及风格差异很大，显得很突兀，如图 3-7 所示。

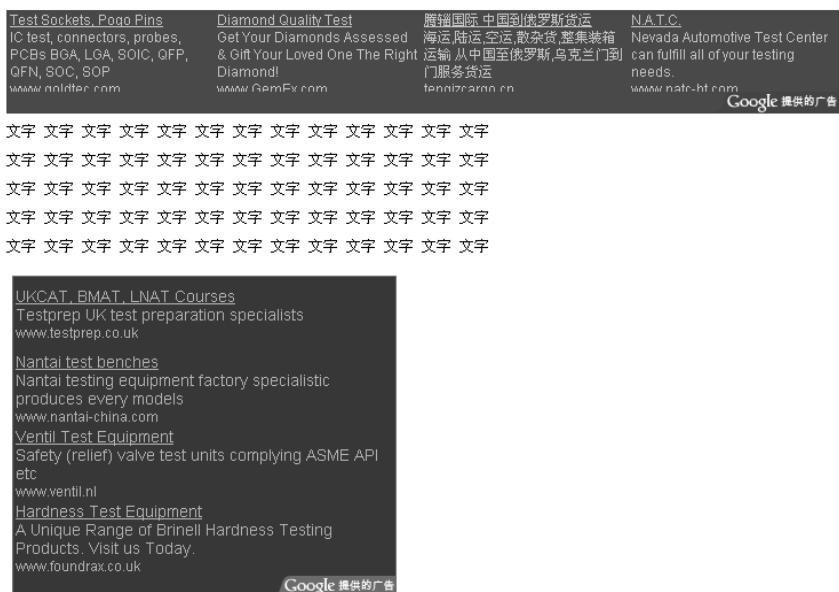


图 3-7 广告不应该显得太突兀，与正文内容匹配才会让浏览者更容易点击

图 3-7 显然不会使浏览者感到舒适，点击的意愿也会降低。如图 3-8 所示广告虽然明显，但看上去却比较协调。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘



图 3-8 在色彩上让广告与整个网页融合，让网友看起来更自然，更容易被点击



## 诀窍

AdSense 本意就是提供与网页内容相关的广告，因此可以尽量让广告与网页内容在界面上看上去是“一家的”。

### 3.3.2 高收入广告格式推荐

Google 公司的官方推荐中以下三种是收入最高的格式。

#### 1. 728×90 首页横幅

728×90 首页横幅这种广告格式可以用在网页顶部、底部或者中部，有文字和图片两种方式，如图 3-9 和图 3-10 所示。



<b>林卡尔，日本天然钙经销商</b>	<b>未名交友-全球最大华人交友</b>	<b>北京爱雅仕口腔诊所</b>	<b>江苏亚星锚链有限公司</b>
林卡尔，日本天然钙中国唯一真品经销商与生男生女有关的日本天然钙产品	数十万年轻海外华人 人气最旺的全球华人交友平台	牙齿美容 外院牙齿美容失败重新美容 隐形牙齿矫正 牙齿种植 牙周病治疗	专业从事船用锚链和海洋系泊链的企业 船用锚链和海洋系泊链生产和出口基地
<a href="http://www.linkaer.com">www.linkaer.com</a>	<a href="http://JiaoYou8.com">JiaoYou8.com</a>	<a href="http://www.aiyashi.com">www.aiyashi.com</a>	<a href="http://www.anchor-chain.com/ny_cna">www.anchor-chain.com/ny_cna</a>

Google 提供的广告

图 3-9 728×90 横幅文字广告



图 3-10 728×90 横幅图片广告

## 2. 160×600 宽幅摩天大楼或者 120×600 摩天大楼

这种广告格式可以用于网页左侧、右侧或者中间，有文字和图片两种方式，如图 3-11 至图 3-14 所示。

<b>Google 提供的广告</b>	
<b>林卡尔，日本天然钙经销商</b>	
林卡尔，日本天然钙中国唯一真品经销商与生男生女有关的日本天然钙产品	
<a href="http://www.linkaer.com">www.linkaer.com</a>	
<b>未名交友-全球最大华人交友</b>	
数十万年轻海外华人 人气最旺的全球华人交友平台	
<a href="http://JiaoYou8.com">JiaoYou8.com</a>	
<b>新开河储罐：网上商城</b>	
塑料储罐、贮罐、塑料容器、桶槽 钢衬塑运输罐、反应釜、非标防腐设备	
<a href="http://www.silo.cn">www.silo.cn</a>	
<b>北京爱雅仕口腔诊所</b>	
牙齿美容 外院牙齿美容失败重新美容 隐形牙齿矫正 牙齿种植 牙周病治疗	
<a href="http://www.aiyashi.com">www.aiyashi.com</a>	
<b>OKI智慧型呼叫中心平台</b>	
地点自由、人员自由、媒体自由、规模自由 IP 呼叫中心响应时代的呼叫	
<a href="http://www.okijs.com">www.okijs.com</a>	

图 3-11 160×600 宽幅摩天大楼文字广告



图 3-12 160×600 宽幅摩天大楼图片广告

<b>Google 提供的广告</b>	
<b>凯腾网-全球机票专家</b>	
中国—全球各地单程往返优惠国际机票 美西北(美联航/加航等50多家航空公司)	
<a href="http://www.caitsn.com">www.caitsn.com</a>	
<b>未名交友-全球最大华人交友</b>	
数十万年轻海外华人 人气最旺的全球华人交友平台	
<a href="http://JiaoYou8.com">JiaoYou8.com</a>	
<b>北京爱雅仕口腔诊所</b>	
牙齿美容 外院牙齿美容失败重新美容 隐形牙齿矫正 牙齿种植 牙周病治疗	
<a href="http://www.aiyashi.com">www.aiyashi.com</a>	
<b>江苏亚星锚链有限公司</b>	
专业从事船用锚链和海洋系泊链的企业 船用锚链和海洋系泊链生产和出口基地	
<a href="http://www.anchor-chain.com/ny_cna">www.anchor-chain.com/ny_cna</a>	

图 3-13 120×600 窄幅摩天大楼文字广告 图 3-14 120×600 窄幅摩天大楼图片广告



租期无限。

[www.nolimitdvd.com/](http://www.nolimitdvd.com/)

Google 提供的广告

### 3. $336 \times 280$ 大矩形或者 $300 \times 250$ 中矩形

$336 \times 280$  大矩形或者  $300 \times 250$  中矩形这种广告格式可以用于网站上的各种位置，有文字和图片两种形式，如图 3-15 至图 3-18 所示。



图 3-15  $336 \times 280$  大矩形文字广告

### Not a Green Thumb?



图 3-16  $336 \times 280$  大矩形图片广告



图 3-17  $300 \times 250$  中等矩形文字广告

### 价格实惠的企业级高质量语音邮件服务。

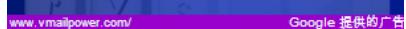


图 3-18  $300 \times 250$  中等矩形图片广告

从我个人的经验来看，刚加入 AdSense 不久的发布商往往喜欢将各种广告格式都试一遍，但随着渠道跟踪数据的累计，会发现不少格式都效果很差，最后留下的也就是上面这几种。

### 诀窍

更大尺寸的广告往往能得到更好的效果，我在统计中发现， $160 \times 600$  的宽幅摩天大楼就比  $120 \times 600$  的普通摩天大楼广告收入稍高， $336 \times 280$  的大矩形也比  $300 \times 250$  的中等矩形广告收入稍高。



### 3.3.3 常用调色板推荐

前面提到让广告与网页内容融合是一项重要策略，您可以自己根据网页风格来修改广告颜色，使之搭配合理。

AdSense 内容广告中默认的格式有 6 种，如图 3-19 和图 3-24 所示。

图 3-19 默认清新调色板



图 3-20 默认海滨调色板



图 3-21 默认暗影调色板



图 3-22 默认蓝调调色板



图 3-23 默认墨汁调色板



图 3-24 默认石墨调色板



图 3-23 默认墨汁调色板

图 3-24 默认石墨调色板

其中“清新”是默认的调色板，适合于大多数网站。

“清新”的配色方案是白色边框、蓝色标题、白色背景、黑色文字和绿色网址。本人将网址的绿色修改为蓝色后另存为一个叫“blue”的新调色板，应用到多个网站中，因为蓝色网址比绿色网址更像一个可以点击的链接，也更容易让浏览者点击。

在另一个例子中，整个网页采用了红色的风格，因此可以新建一个叫“red”的新调色板来配套。我个人创建的两个调色板如图 3-25 和图 3-26 所示。

AdSense 内容广告调色板

广告标题  
广告文字  
www.advertiser-url.com  
Google 提供的广

显示调色板: blue

边框 # FFFFFF  
标题 # 0000FF  
背景 # FFFFFFFF  
文字 # 000000  
网址 # 0000FF

AdSense 内容广告调色板

广告标题  
广告文字  
www.advertiser-url.com  
Google 提供的广

显示调色板: red

边框 # FFFFFF  
标题 # CF1919  
背景 # FFFFFFFF  
文字 # 000000  
网址 # CF1919

图 3-25 自定义 blue 调色板

图 3-26 自定义 red 调色板



## 诀窍

让广告的边框颜色、背景颜色与四周的网页内容背景颜色相同是一项相当有效的策略。

### 3.3.4 图片广告的运用

AdSense 的内容广告支持文字、图片、视频、互动广告等多种格式，其中视频、互动广告都归于图片选项中。

在后台获取广告的设置中有以下三个选项。

- 文字与图片广告（默认）
- 仅文字广告
- 仅图片广告



AdSense 以前绝大多数都是文字广告，只有少量的大品牌广告主推出图片广告，不过这个情况目前有所变化，越来越多的广告主为了吸引更多浏览者而采用图片广告，而且 Google 在 AdWords 中推出了图片广告的 DIY 工具，使得制作一个看上去很专业的图片广告只需要几分钟，广告主免去了聘请专门美工人员来设计图片广告的麻烦和费用。

AdWords 中有十多个类别的上百种现成模板可以选择，只需要修改文字、链接就可以马上生成自己的图片广告，如图 3-27 所示。



图 3-27 Google AdWords 中的图片广告 DIY 工具，在 AdSense 中投放的图片广告会增多

另外，在第一屏以外的部分，例如屏幕底部，放置的文字广告很不起眼，很容易被浏览者忽略，因而点击率极低。这时可以尝试在该广告位制定发布仅图片广告，这样更容易让浏览者注意到。例如图 3-28 是一个页面的底部截图，如果在广告位投放文字广告的话，很容易就被淹没在文字说明中，而投放图片广告有利于引起浏览者注意，而且还会使网页看上去更协调、更漂亮。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

贵州正安县资讯

贵州正安县，读音是：“  
贵州行政区：廉政文化之都·航天城  
道路：碧云歌乐山·黔西南州海康14000米宽  
贵州省公路网·队伍建设“优胜” 经济：产业结构调整  
正安县政务办·原会址·教育重点工程·建设质量提升  
正安县三道桥安铁电子提供气象信息  
贵州遵义市·型钢切割机·焊接设备·焊接材料  
贵州·铝业在风华后——走进下岗工人再就业群体  
贵州·铝业在风华后——走进下岗工人再就业群体  
powered by Google®

**友情提示：**除了采用中国邮政普通方式递送您的信函、包裹以外，您还可以考虑采用航空方式、快递方式，例如，EMS特快专递、DHL专业速递、FedEx联邦快递、申通快递、宅急送、UPS速递、中通快运等。如果只是信息传递，还可以考虑改用语音电话、上网电话卡等方式。例如，中国电信、中国移动、中国联通都提供资费电话（又称VoIP电话、网络电话），可使用专门长途IP电话卡拨打对方固定电话、移动手机、上网电话可以与对方上网电话通话也可以拨打对方固定电话、移动手机，费用更低。请根据各自情况综合考虑选用。具体请看本网站编辑整理的文字：如何节省长途电话费用？或者英文How to cut long distance telephone charges?

**使用说明：**

\* 以上列表中省份、地区的郵政编码不是最详细的区域代码，但可以满足普通的郵件件。物品需要，例如：湖北武汉某街道的详细郵政编码为430021，但使用以上表格查出来的湖北武汉邮编码为430000，填写430000的信件、物品可以被送到武汉的各地；

\* 如欲了解贵州相关的其它信息，可以访问一亿实用指南Wiki中全国各地区对区域贵州中的内容，例如：贵州电话区号、贵州省内交通、贵州地图等等、贵州常用电话、贵州话方言等信息。

**锦程订舱 天天低价**

**锦程国际物流 始于1990 值得信赖**

**我要领取>**

**问题报告：**  
本站尽力为您提供最全面、仔细、准确的郵政编码信息，但因为各个地区的合并、增加、撤销、变更以及郵政编码方案变更、升级还有地名的多样性等问题，难以避免出现错误或者过时信息。非常欢迎和感谢大家在使用中报告发现的问题或者告知更新内容。请直接在下面留言，本站核实后会马上进行修改，以便为后来浏览者更好的帮助。

**关于563403的用户留言：**  
目前暂无留言

图 3-28 在首屏以外的地方放置图片广告，让页面底部的广告更吸引浏览器

又例如在 Google AdSense 自己的链接广告中也是采取的这种方式，屏幕底部放置一个 728×90 的大横幅广告，而且只显示图片广告，如图 3-29 所示。



图 3-29 Google AdSense 的文字链接广告被点击后显示的页面，其中底部是图片广告



## 诀窍

除了极个别情况以外，建议不要只投放仅限于文字的广告，可以设置为“文字/图片”自动匹配的方式，让 AdSense 自动放置收入高的广告。

## 3.4 广告内容更匹配

### 3.4.1 页面内容调整以“控制”广告内容

AdSense 的特点就是自动投放与网页内容相关的广告，因而投放的广告并不受发布商控制，但并不是说广告内容就只有听天由命了，发布商依然可以做一些工作来引导广告的投放，让广告与网页内容匹配更好，以便获得更多的点击和收入。



## 诀窍

能否调控页面匹配的广告是区别 AdSense 新手还是高手的明显办法。

### 3.4.2 设置区段定位突出重要内容

您的网页文件也许会很大，包含了很多文字、图片以及导航等内容，这有可能让 Google AdSense 的抓取机器人难以分析出重点内容，因而影响广告匹配效果，这时候可以采用 AdSense 提供的区段定位功能。

在网页的 HTML 代码中合适部分加入以下强调代码：

```
<!-- google_ad_section_start -->  
希望强调的部分  
<!-- google_ad_section_end -->
```

而如果您希望忽略网页 HTML 代码中的部分内容时，可以使用以下代码：

```
<!-- google_ad_section_start(weight=ignore) -->  
希望忽略的部分  
<!-- google_ad_section_end(weight=ignore) -->
```

在一个网页中可以在多处加上以上强调或者忽略的代码，而每一段应该包含足够丰富的文字内容，否则容易造成判断不准而投放相关性差的广告或者公益广告。

需要说明的是，区段定位是一种建议工具，并不是一种控制或者操纵工具，Google 不保证一定能改善广告匹配结果和增加收入，而且可能需要两周的时间来抓取、调整、投放新的广告。

### 3.4.3 少用图片、Flash，多用文字描述

与 Google 搜索机器人一样，AdSense 派出的机器人也无法对网页中的图片、Flash 内容进行适当的分析和判断，因而为了得到更相关的广告投放，我们应该在网页中多包含文字描述。

页面导航菜单也应该使用文字链接，而不是图片或者 Flash，这样更有利与 AdSense 机器人的抓取和判断。

如果页面中只需要少数的文字就能满足浏览器的需要，而这些文字又不好匹配合适的广告时，我们可以考虑前来网站浏览的网民还有什么相关的需求，可以补充包含相关关键词的文字内容。

例如：在一个查询邮政编码的页面中，只需要一行表格就可以告诉浏览器某地的邮政编码是多少。文字太少而且不好匹配广告时，我们可以添加该地的各种快递公司的信息和链接及补充说明，既为网友提供了其可能需要的信息，又丰富了适合匹配广告的关键词，便于吸引高质量的广告，如图 3-30 所示。



泗县

Google 提供的广告 邮政编码查询 快递查询 邮编查询 水电气查询 黄山旅游

所在位置：首页 > 安徽邮区编码 > 泗县邮区编码

本站的泗县邮编页面提供安徽(省/自治区/直辖市/特区)下属的泗县地区(市/区/县)的邮政编码信息，并可参看查号吧网站：泗县区号。

地址：安徽泗县  
邮编：234300  
详细：请看下面表格及补充说明

泗县地图显示其位于长沟乡、瓦韩乡、三沟乡、小梁乡、车门乡附近。

省份	地区	邮政编码	电话区号
安徽	泗县	234300	请看：泗县区号

说明：以上列表中的邮政编码234300不一定是安徽泗县下辖各地的最详细区县级邮编，但可以满足普通的邮寄信件、物品到泗县需要，泗县以下更详细的地址是必须填写给邮局的，而比234300更详细的邮政编码不是必需的。  
例如：湖北武汉某街道的详细邮编码为430021，但使用以上表查出来的湖北武汉邮编为430000，邮编填写430000的信件、物品可以有效投递到武汉的下辖各地，而不是必须填写或430021才能正确投递。  
补充：如果您希望了解更多关于安徽和泗县的介绍、网站、新闻、图片和视频等信息，请通过人工搜索：安徽、泗县。  
又名：泗县邮政编码、泗县邮编。

安徽泗县资讯  
友情提示：除了采用中国邮政普通方式递送您的信函、包裹以外，您还可以考虑采用航空方式、快递方式，例如：E邮快件、EMS商业速递、FedEx联邦快递、申通快递、宅急送、UPS快递、中铁快运等等。如果只是信息传递，还可以考虑使用语音电话、上网交流等方式，例如：中国电信、中国联通、中国移动、中国联通都有安徽泗县售后服务点。

图 3-30 为简单的页面添加更多相关文字内容，引导合适的广告投放

#### 3.4.4 页面标题、页内标题、URL 保持一致

在本书的前面部分讲过搜索引擎优化的内容，为了让页面在搜索引擎特定的关键词搜索中排名靠前，需要尽量将页面的标题、页内的标题甚至 URL 都保持一致，这样搜索引擎会很肯定地判断这个页面的重点就在这个关键词上，从而在与其他同类页面的竞争中可能得到好的排名。

而为了让 AdSense 投放相关的广告，我们同样需要让页面标题、页内标题、URL 尽量保持一致。例如下面是一个关于 0755 长途区号的页面，如图 3-31 所示。

- 页面标题：**<title>0755 电话区号查询|手机号码归属-查号吧 www.ChaHaoBa.com</title>
- 页内标题：**<h1 id="firstHeading" class="firstHeading">0755</h1>
- URL：**http://www.chahaoba.com/0755

从浏览器的标签、URL 栏和页面中都可以看到要强调的“0755”。



图 3-31 在页面标题、URL、页内标题中重复关键字，吸引搜索引擎和广告匹配

## 诀窍

搜索引擎优化中的很多技巧都可以运用到 AdSense 优化中来，这两种方法有不少异曲同工之妙。

### 3.4.5 合适的关键词和密度

与搜索引擎优化中的说明一样，为了提高 AdSense 匹配广告的相关性，需要使用合适的关键词和密度。

例如为了吸引充值卡、IP 电话卡类型的广告投放，我在查号吧网站中专门新增了“话费查询”的栏目，里面有全国各地电信、联通和移动公司的网上营业厅相关信息和网址，并在页面中多次提到“话费”、“充值”、“电话卡”、“IP 卡”、“网络电话”、“手机”等关键词，从实际效果来看匹配的广告都不错，如图 3-32 所示。



本站推荐：[电子号码段及验真](#) [小灵通及固话的到期](#) [世界各国的城市区号](#) [各地网上营业厅：电信、联通、移动、铁通](#)

## 浙江电信网上营业厅

您是在寻找浙江电信网上营业厅相关信息吗？希望下面的浙江电信话费查询内容对您有帮助：

[Google 提供的广告](#) [话费清单](#) [话费](#) [浙江话费](#) [移动话费查询](#) [联通话费](#)

所在位置：[首页](#) > [话费查询](#) > [浙江话费查询](#) > [浙江电信网上营业厅](#)

**免费电话立质保一下**  
www.youcall.com

**想知道他背着你给谁打电话？**  
爱人和谁有亲密来往，有什么暧昧 聪明电话将揭开所有谜团，快来体验吧  
www.esdsw.com

**千元充值卡创业 百万元收益**  
800家企业好项目 品种繁多，货源充足，加盟费低风险  
小成就大事业  
www.u88139.com

**浙江电信网站：**  
■ 浙江电信网站：<http://www.zj.ct10000.com/>  
■ 网上营业厅网址：<http://zj.ct10000.com/>

您可以点击以上网址打开网站进行查询，也可以采用下面嵌入本站的页面直接查询。

可以查询的内容一般包括：  
 ■ 当月话费查询  
 ■ 账户余额查询  
 ■ 当月账单查询  
 ■ 历史账单查询  
 ■ 历史详单查询  
 ■ 交费历史查询  
 ■ 定制话费信息  
 ■ 网上交费等

Google 提供的广告

直接在下面查询电信话费查询网站（如果您发现下面的网页因为打不开而报错，可能是因为运营商的相应网址发生变化，请在页面下方留言提醒网站管理员及时更新，谢谢！）：

图 3-32 为页面多补充合适的关键字，就可以吸引到同类广告的投放

### 3.4.6 整个网站主题匹配

创建新页面时以前 Google 经常先投放公益广告，过一段时间抓取、理解了网页内容后再投放更准确的广告。而一些网站现在更多的时候是直接投放非公益广告，而且广告的相关性还不错。

AdSense 派出的虽然是机器人，但 Google 不断地令其具有更多的智能，虽然新页面内容还没有判断出来，但因为这个页面所在的整个网站的主题已经被判别出来，所以这个新页面也被默认视为具有同整个网站一样的主题，因而可以直接投放相关广告。而机器人获取了页面内容、进行分析后，再根据实际情况投放更加匹配的广告。

除了整个网站的主题匹配以外，AdSense 还会根据 URL 中的目录路径对新页面主题进行预判，例如：

`http://www.example.com/sports/newpage.htm`

因为在/sports/目录下，所以可以投放与体育运动相关的广告内容。

因此我们在网站的主题定位、目录结构、文件命名等各方面都应该注意相关性，这些都可能对 AdSense 投放广告的准确性产生影响。



## 诀窍

要从 AdSense 获得高收入，吸引广告主的定向投放很重要，越多的广告主有定向投放的意向就会让网站上广告位的竞价越高，所以让网站主题鲜明，浏览者符合广告主的潜在客户特征，则更吸引广告主的投放。

### 3.4.7 屏蔽无关或者反感的广告

AdSense 虽然在多数情况下会做出最佳选择，但毕竟不如真人的判断准确，我们应该经常关注自己的网站，查看网站上匹配的广告内容，如果有明显的问题，可以采取措施进行屏蔽。

例如：一个娱乐性的网站，以前以匹配影视、交友等方面的广告为主，而有一段时间却发现各个页面的各个广告位几乎都被治疗男女性病的广告占据，显得很不协调，这时可以去 AdSense 后台屏蔽相关网址。

又如：在“查号吧”网站的“骗子号码”栏目，其网页内容本来是让网友曝光骗子的，但却发现有一些手机窃听器等广告，其本身就涉嫌诈骗，这是 Google 公司的审核不严，AdWords 被人钻了漏洞引起的，发布商也可以在 AdSense 后台进行屏蔽。

屏蔽有两种办法，一种是在“竞争性广告过滤器”中添加广告网址，另一种是针对网站定位的广告可以在“广告审核中心”进行阻止。

一些发布商希望能通过关键词进行屏蔽，但 Google 暂时没有相关计划，估计是怕这样会引起匹配的广告收入下降。

另外，Google 计划在以后推出广告类型选择，目前还在试验阶段，如果推广到所有发布商，可以用来指定特别的类型，减少非指定类别的广告。



## 提醒

作者咨询过 Google 工作人员，他们建议屏蔽广告的功能尽量少用，以免减少收入，他们会根据人工审核以及自动算法来进行调整。另外，发布商自己去盯着广告，工作量也太大了，屏蔽广告只适合个别情况。



## 3.5 使用更多广告

### 3.5.1 页面中使用多个广告单元组合

在前面讲述 AdSense 收入组成公式的时候，可以清楚地看到广告的展示越多越好，在页面展示量一定的前提下，每个页面中广告单元的数量越多对提高收入也越有利，虽然数量上并不是成正比的。

AdSense 计划政策中规定，每个页面中最多放置 3 个内容广告+3 个链接广告+2 个搜索框，如果数量超过的话，一般来说是不会显示出来的（但作者在实践中发现如果是通过 Google AdManager 投放 AdSense 广告的话，数量上是不受限制的）。

前面还说到效果比较好的内容广告是  $728 \times 90$  大横幅、 $160 \times 600$  宽幅摩天大楼、 $336 \times 280$  大矩形这三种格式，可以将这些以及合适的链接单元组合起来放置，如图 3-33 所示。



图 3-33 在页面中组合投放多种效果好的广告形式

## 3.5.2 内容广告代码放置的顺序

如果一个广告单元中有多个广告的话，单价最高的广告会排列在最靠前的位置。而当一个页面中有多个 AdSense 广告单元时，单价最高的广告会放在网页 HTML 代码中最靠前的广告单元中。

例如在图 3-34 中有一个  $336 \times 280$  的大矩形内容广告和一个  $160 \times 600$  的宽幅摩天大楼内容广告，虽然  $160 \times 600$  的广告位置高于  $336 \times 280$  的广告位置，但根据渠道跟踪统计我们发现  $336 \times 280$  广告的点击率比  $160 \times 600$  广告的点击率要高出数倍。这时如果  $160 \times 600$  的广告代码在页面中比  $336 \times 280$  的广告代码先出现的话，高价广告就会出现在  $160 \times 600$  的广告单元中，这显然不是我们希望得到的结果，因此我们可以调整代码或者广告位置来让点击率高的广告代码出现在 HTML 中更靠前的位置。目前很多网页都是采取 CSS+DIV 的设计架构，这样代码出现的先后次序与在屏幕上的位置是分离的，因而也更便于 AdSense 广告的调整。



图 3-34 文字介绍下方的  $336 \times 280$  广告点击率比左侧的  $160 \times 600$  广告要高，注意代码顺序



另外，以上例子页面中还有 $728\times15$ 和 $160\times90$ 两个链接单元，点击其中的文字链接后会出现专门广告页面中的内容广告单元与以上页面中 $336\times280$ 和 $160\times600$ 广告单元的价格是分开的，不会有链接单元先出现就单价更高的情况。也就是说链接单元与内容单元之间是不存在竞价关系的，只有内容单元之间有竞价关系。

### 3.5.3 巧妙利用链接单元起到的奇效

在获取AdSense内容广告时可以看到首先会有“广告单元”和“链接单元”两个选项，其中的广告单元直接显示广告内容。用户点击（针对CPC广告）或者浏览（针对CPM广告）后，发布商就可以获得收入，而链接单元并不直接显示广告内容，而是显示4个~5个关键词文字链接，浏览者浏览甚至点击这些文字链接后都不会产生收入，只有在点击打开的专门广告页面中再次点击感兴趣的广告单元才会产生收入。

很多发布商对于能直接产生收入的广告单元非常青睐，而对于需要两次点击才能产生收入的链接单元不太重视。

但本人在实践中发现，适当在页面中运用链接单元能起到很好的效果，有时甚至可能超过广告单元的收入。例如在图3-35中，有 $728\times15$ 和 $160\times90$ 两个链接单元，以及 $336\times280$ 和 $160\times600$ 两个广告单元，浏览者往往将顶部的 $728\times15$ 链接单位视为网站的导航菜单，当匹配出的关键词文字与网页内容很相关时，很可能获得比 $336\times280$ 广告单元更好的收入。而图片是一个页面的聚焦点之一，其下方放置的 $160\times90$ 链接单元也可能吸引浏览者点击查看。相比之下，位于左侧菜单栏位置的 $160\times600$ 广告单元获得的关注并不多。在该网站的实际统计数据中也证实链接单元产生的收入通常比广告单元产生的收入更多。



#### 诀窍

链接单元所占位置小而功效大，绝对不要放弃使用。其文字链接与页面内容匹配很好，容易让浏览者感兴趣。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘



图 3-35 需要点击两次的链接单元可能会超过只需要点击一次的内容单元的收入

所有链接单元的格式排在下面，可以根据网页实际情况选用，如图 3-36 和图 3-37 所示。



图 3-36 纵向列表的 Google AdSense 文字链接单元

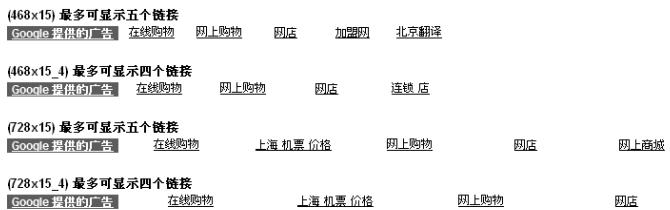


图 3-37 横向列表的 Google AdSense 文字链接单元

### 3.5.4 利用搜索广告提供搜索功能并获得收入

AdSense 搜索广告在为网页提供了 Google 搜索功能的同时也让发布商多了一个赚钱的方式，当浏览者使用搜索功能时，如果点击搜索结果页面中出现广告，发布商也能获得收入分成。Google 搜索联盟与此类似，还有 Google 定制化搜索也提供类似的功能。

在以信息搜索为主的网站，包括网址导航类的网站中，网站顶部的搜索框非常重要，多用于外部搜索，其使用频率很高，采用搜索广告能获得不少收入。

而以信息内容为主的网站，除了外部搜索外，还需要提供内部搜索功能，站内搜索功能日益成为一个专业网站必备的部分，而自行开发搜索功能不仅麻烦而且效果不一定好。Google 提供的搜索广告正好能提供站内、站外搜索，还有可能带来广告收入，这样的好事何乐而不为呢？

在以内部搜索为主的情况下，建议将搜索框放置在页面第一屏突出的位置，这样更方便用户使用。

而在屏幕最下方可以放置一个主要用于外部搜索的搜索框，这样浏览者在看完全部内容后，如果还希望查找更多的相关信息，就正好可以不离开页面而使用 Google 提供的搜索功能了，如图 3-38 所示。



图 3-38 页面底部的 Google 搜索联盟广告，让浏览者离开网页的时候也可能产生收入

另外有几点需要注意的地方，如下所示。

- 在搜索框附近还可以设置相关关键词或者热门关键词，浏览者不用在输入框中输入就可以直接点击搜索。
- 不要去掉 Google 的图片 Logo，有 Logo 时往往用户更放心使用。
- 发布商可以自己在搜索框中搜索，但绝对不要自己点击搜索结果中的广告。
- 在 AdSense 搜索广告与 Google 搜索联盟中建议采用后者以获得更多分成收入。

## 3.6 跟踪广告效果

### 3.6.1 用渠道来细致测量

前面讲到的一些优化技巧是他人的经验总结，而发布商自己使用的效



果是否好呢？这就需要进行评测了。AdSense 提供的渠道功能就是非常好的跟踪工具。

Google 公司在评测广告效果方面做了很多细致工作，AdSense 内容广告、AdSense 搜索广告、Google 搜索联盟、AdSense 移动广告、AdSense 域名广告、AdSense for Feeds 等几乎所有的广告形式都支持渠道跟踪。

最常用的 AdSense 内容广告有 URL 渠道和自定义渠道两种渠道设置，URL 渠道用于跟踪域名、子域名、目录或者单独网页的数据，自定义渠道可用于自己任意设定的指标，例如为网页上的每个广告位都新建一个自定义渠道，从统计数据中就可以知道每个广告位的展示数量、点击次数、网页点击率、eCPM 和收入情况。



### 诀窍

AdSense 优化不是盲人摸象，完全可以及时得到有效的评估，渠道测量是优化 AdSense 的必修课。

## 3.6.2 用专门报告来跟踪效果

在 AdSense 的“高级报告”中，可以挑选需要显示的渠道来查看所需数据，而当渠道数量相当多的时候，每次查看需要挑选比较麻烦，这时可以使用“报告模板”功能，将选择的产品、显示汇总/渠道、日期范围、广告/链接单元、显示依据等保存起来，以便下次直接使用。

如果需要与他人分享您的 AdSense 部分数据，还可以在“报告管理”中设置将需要共享的报告模板定期发送到指定的电子邮箱中。

## 3.6.3 其他工具跟踪

AdSense 自带的 URL 渠道和自定义渠道数量总和上限在以前是 200，后来增加到 500。但对于拥有更多域名、子域名、目录和自定义渠道需要跟

踪的发布商来说，有可能会不够用，如果希望跟踪到每个网页的情况，显然 AdSense 本身无法提供。

好在 2009 年 Google 公司在其 Analytics 分析产品中推出了与 AdSense 结合的功能，这样可以看到每个页面的 AdSense 收入情况，这样就提供了无数个 URL 渠道。据本书作者所知，目前使用这个功能的发布商并不多，强烈推荐赶快试用。

在 Google AdManager 中的报告功能也可以起到跟踪的效果，这将在本书后面的章节专门讲述。

#### 3.6.4 建立 AdSense 优化笔记

学过管理课程的朋友一定听说过 PDCA 循环（又名戴明环），如图 3-39 所示，具体解释如下。

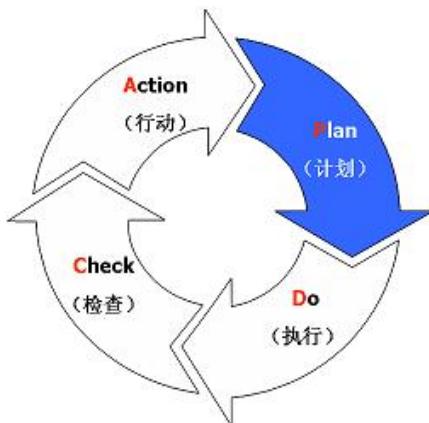


图 3-39 PDCA 循环，又名“戴明环”

- P: Plan 的首字母，计划之意。
- D: Do 的首字母，执行之意。
- C: Check 的首字母，检查之意。



- A: Action 的首字母，行动之意。

意思是按照 P-D-C-A 的顺序来进行质量管理，并不断地循环下去，向更高的质量推进。

在网站中做 AdSense 优化也不是一蹴而就的事情，同样可以借用 PDCA 循环的概念。

- P: 根据他人以及自己以往的经验，准备进行优化调整。
- D: 执行修改网站网页、补充完善内容、调整 AdSense 代码等工作。
- C: 一段时间后对 AdSense 后台数据，特别是渠道跟踪数据，进行检查分析。
- A: 对有效的调整保留下来，对无效或者负面的调整还原，进入新的循环。

这个循环的周期可以自己掌握，从几天到几个月都可以。需要提醒的是，在调整时要做好笔记，记录调整的内容和时间以及调整前的数据，过一阵子查看渠道跟踪数据后，将调整前后的数据进行对比，并记录时间和数据，这样就很容易得出结论。

如果有多个调整优化的想法要实施，最好是逐个将想法进行试验，同时调整多个地方可能造成不知道变化的真正原因。

具体记录的方式不限，可以记录在纸质记事本上，也可以用电脑上的文档、表格、日程表、任务表来跟踪记录。

表 3-1 是一个 AdSense 优化笔记的例子。

表 3-1 AdSense 优化笔记

优化内容	设置记录	修改时间	修改前数据	检查时间	检查时数据	结论
*.18dao.com 改用 AdManager 投放广告						
wap.18dao.com 修改浏览器报错						
在 AdSense 和 AdPlanner 中修改广告位说明						
更多其他所作修改……						



## 诀窍

对自己目前 AdSense 收入比较满意，认为难以再继续提高的朋友也不要松懈，每隔一段时间做好统计分析工作，不断调整可以让收入再上新的台阶。

## 3.7 更多优化技巧

### 3.7.1 论坛优化，关键在第一帖周边

在某些特定类似的网站上放置 AdSense 广告有一定技巧，如图 3-40 所示是 Google 官方帮助上的一幅论坛的热图。

在论坛上公认的最佳放置位置是以下几个位置。

- 论坛中发帖的第一帖（一楼）标题与正文之间。
- 论坛中发帖的第一帖（一楼）正文下方。
- 论坛中发帖的第一帖（一楼）与第一篇回复（沙发）之间。

这些地方是浏览者最关注的地方，如图 3-41 所示。



图 3-40 论坛网站广告点击率热图

图 3-41 第一帖标题与文字之间、第一帖与第二贴之间都是浏览者关注的焦点位置

不过也可能会引起发帖与广告之间的混淆，特别是对于部分论坛忠实用户来说会感觉不好，这时可以进行一些调整。

- 指定只对匿名用户展示广告，对登录用户不展示广告，通过程序控制实现。
- 将第一帖（一楼）的广告放置在屏幕右侧，不插入到文字上方或者下方。
- 使用占用位置更小的链接单元，而且可以供常客查看相关主题的广告。

另外根据论坛的特点还可以注意以下方面。

- 在论坛首页、列表页可以不展示广告，因为用户停留时间短，点击率很低。
- 每隔一定周期调整广告位置或者演示，以免被老用户忽略广告的存在。
- 使用“文字与图片”的广告形式，图片广告可能带来不少收入。
- 为了忽略跟帖中可能的不相关内容，可以采用区段定位让广告只匹配第一帖内容。

## 3.7.2 博客优化，文章周边组合投放

博客也有自己的特点：例如回访常客比较多、页面格式固定、内容主题集中等。

Google 官方帮助中心建议在博客页面中运用多个广告单位，并且使其演示鲜明以获得关注，确保广告的背景与投放区域使用相同的背景演示，如图 3-42 所示。

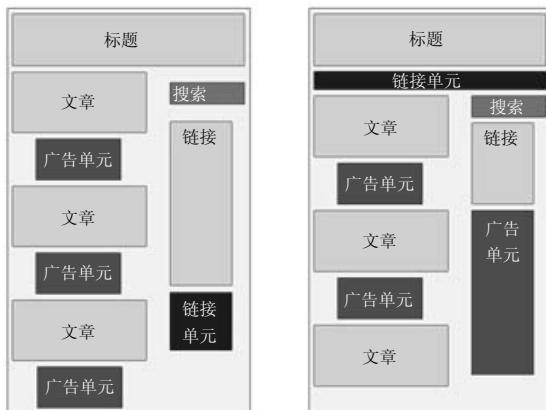


图 3-42 博客网站中多种形式广告组合投放示意图

如图 3-42 所示的例子中有以下几个特点。

- 文章之间用明显的背景颜色投放广告，吸引用户注意。
- 顶部可以使用横向链接单元，为浏览者提供相关主题的关键词来查看广告。
- 右侧上方提供搜索广告框，方便浏览者进行搜索，网站通过结果页上的广告点击获利。
- 右侧下方提供纵向链接单元或者摩天大楼内容单元。

与多数网站以及论坛一样，还可以采用区段定位、允许图片格式来提高广告收益。

### 3.7.3 用其他语言版本 AdSense 赚钱

在中国大陆地区，一般网站运营者运营的都是中文简体网站，目前网站数量众多，发布商与愿意出钱做广告的广告主比起来，广告主相对更稀缺一些，因此中文网站获得的广告收入单价普遍不高。

有数据表明，英文网站 AdSense 广告的 eCPM 大约是简体中文的 30 倍左右，即使与中国香港、中国台湾等地区的繁体中文网站相比，简体网站

也相差数倍之多。

因此一些有英语功底的站长倾向于做英文网站。本书作者运营的网站中以简体中文为主，但也有部分繁体和英文网站，从后台数据统计中也可以证实繁体和英文的 AdSense 点击率、单价、eCPM 都比简体中文的要高不少。

但英文网站要获得流量不是一件容易的事情，以下是需要注意的地方：

- 英文水平要高，页面中的英文要让外国读者看得明白，自动翻译工具产生的批量内容是外国读者看不懂的。
- 最好选用国外的机主，这样让外国读者的访问者有更快的浏览速度，搜索引擎抓取更好。

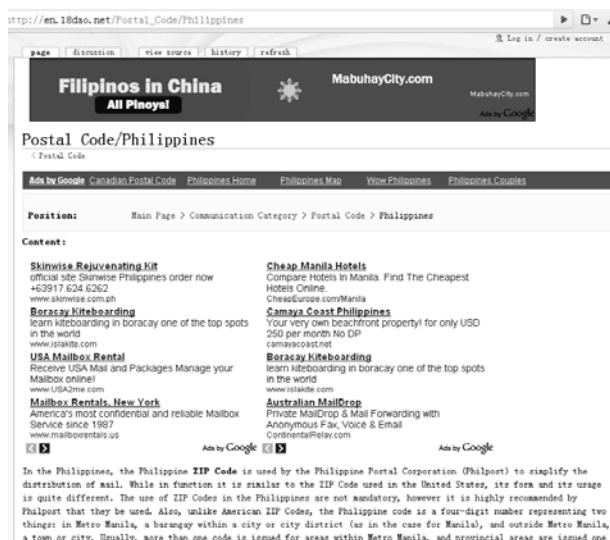


图 3-43 英文网站匹配出来的英文广告点击率和收入比中文网站要高

- 页面风格要适合国外的读者，简洁明了而不花哨堆砌，广告不要过多干扰正文，这一点与国内的读者习惯不同。
- 选题可以考虑用英文介绍与中国相关的信息，这样更容易做出有深度的原创内容。
- 注意知识产权，国外的网站很少有复制粘贴做成的，更少用采集等办法做垃圾网站。

图 3-43 是我们做的一个英文网站例子。

## 3.7.4 适当让浏览器放慢脚步

看过网站后台统计分析报告会发现，对于绝大多数网站来说，浏览器



都是来去匆匆，停留时间一般不过几分钟，甚至几十秒、几秒，浏览的页面数量也只有几页。要在这么短暂的时间内让其对网页上的广告产生兴趣不是一件容易的事情，可以使用以下这两种方法来解决。

- 无法控制浏览器停留时间而让广告更突出、更明显、数量更多；
- 设法让浏览器停留的时间更多、查看的页面数量更多。

后者往往意味着提供更深入的内容以及吸引人的其他相关页面。在网页中提供除了普通浏览信息以外的服务也是让浏览器放慢脚步的一个好办法，例如在网站中提供 Flash 小游戏，可以在网页浏览器中直接玩。

我偶然发现，自己的一个实用查询类的网站的点击率比其他同类网站都要高，如图 3-44 所示。



图 3-44 浏览者在等待速度测试结果的过程中，顺便会关注到相关的广告

可以看出这是一个提供网络速度测试的页面，让浏览器从网站中下载一个小文件，然后计算出连接速度，这往往需要几十秒左右的时间，这期间浏览者除了看着进度条和完成百分比在变动以外，在无聊的等待中会自

然而然地关注到旁边的广告。

### 3.7.5 吸引定向投放

AdSense 的新手常常只关注关键词匹配，认为广告多是靠 Google 自动匹配出来的。这确实没有错，但依靠 Google 自动匹配出来的广告效果是有限的。一些 AdSense 相关的论坛中常看到有人发帖抱怨单价太低，其实可以使用一些技巧来吸引广告主定向投放到自己的网站上来，这是提高收入的一个重要办法。

#### 1. 首先需要网站的主题明确、内容丰富、网民喜欢

广告主花钱投放广告是为了吸引优质流量，只有优质网站才有可能吸引到品牌广告主的定向投放。那种“伪原创网站”虽然可能骗过机器，但很容易被广告主人工识别出来，这类网站是无法获得广告主青睐的。

#### 2. 其次要注意让广告主在 AdWords 中搜索到自己的网站

AdSense 的广告一般是广告主通过 AdWords 投放的，在 AdWords 后台中可以选择关键词投放还是定向投放。当定向投放时，选择“内容联盟网络”、“仅选择我自选的展示位置上的相关网页”可以看到发布商在 AdSense 后台设置自定义渠道中的描述，因此这个撰写描述的工作很重要。

#### 3. 另外还有两个地方可以发布广告位信息来吸引定向投放：Google AdManager 和 Google AdPlanner

其中 Google AdManager 是对每个“展示位置”（对应于 AdSense 中的自定义渠道）进行说明，并可以让 AdWords 和 AdPlanner 中的广告客户看到。而 Google AdPlanner 目前只有英文版，未来会有中文版，目前在英文版中也一样可以对中文网站进行介绍，吸引高端广告主。关于 Google AdManager 和 Google AdPlanner 还将在本书后面详细介绍。



#### 4. 还可以在自己网站上做一个专门的“广告服务”介绍页面

在 AdSense、AdManager 和 AdPlanner 中介绍网站和广告位都篇幅有限，可以在自己的网站上专门做一个“广告服务”的页面，全面介绍网站与广告相关的情况，包括：

- 网站的定位
- 浏览量和排名
- 目标人群特点
- 广告位置及尺寸
- 广告形式及代码
- 广告计费方式
- 投放的方式
- 联系的方式
- .....

方便潜在的广告主查看情况及联系。



有没有针对网站的定向投放在广告单价上可能有很大区别，获得众多广告主定向投放的网站，广告位的价格在竞争中会有成倍的提高。

## 3.8 拒绝作弊

### 3.8.1 AdSense 作弊手段大曝光

在 AdSense 推出之前，互联网广告多是按照展示数量或者包月方式计费，而 AdSense 投放的广告中大部分都是按照点击计费的 CPC 广告。

既然是点击才计费，那多数不点击的展示不是白白给别人做了广告吗？我身边的一些朋友都有这样的疑问，甚至想：怎么不自己或者找人去多点击几次呢？

这些都是对 AdSense 不了解而提出的疑问，也有不少刚刚加入 AdSense 计划的站长，看到点击数量和带来的收入实在太少，而尝试自己点击，结果很快就被 Google 终止了合作，业内也常称为“被 K”。

AdWords、AdSense 推出的初期，Google 公司也确实存在对作弊监管不严的问题，结果导致广告主的集体诉讼，为此 Google 公司还支付了数千万美元的大笔赔偿金。此后 Google 公司一直不断完善与欺诈点击作斗争，通过技术手段和人工判别，目前已经能很好地发现作弊行为而又不冤枉正规做站的站长。

作弊的人也在不断翻新花样，但可能短期有效，终究是难以得逞，这里列举出常见的作弊办法。

- **自己点击：**这是最初级的错误，Google 能通过 IP、Cookie 可以轻易发现；
- **找人点击：**总是来自固定 IP、机器、归属地的作弊行为也不难判断；
- **互相点击：**在 Google 的反作弊算法中已经可以分辨出来；
- **鼓励点击：**网站中承诺给予点击者积分等好处，这也是不允许的；
- **误导点击：**例如告诉浏览者点击广告后才能开始下载需要的文件；
- **机器点击：**使用一些作弊软件。用机器人的方式来刷新浏览、增加点击；
- **代理服务器点击：**通过国外的代理服务器，点击时每次都变换 IP；
- **更改广告代码：**通过漂浮广告等方式非正常投放广告；
- **诱导匹配无关高价关键词：**例如在中文网站页面嵌入 Iframe 投放英文广告。

**提醒**

再“聪明”的作弊者，再“巧妙”的作弊手法，都不能长期骗得过 Google，新发布商要及早断绝这种幻想。

### 3.8.2 不要心存侥幸、听信小道消息

Google 公司目前每年的广告收入高达数十亿美元，聚集了数十万全球顶尖互联网人才，有全世界最先进的网络搜索技术，因而对付 AdSense 作弊可以说是轻而易举的事情。

要想通过 AdSense 挣钱唯一的方法是遵守其计划政策，而不是想方设法作弊。一些网站站长的一个账号被封后，再设法新申请一个账号作弊，但他们发现作弊越来越难。在一些讨论 AdSense 主题的论坛中，常看到被“K”喊冤的帖子，有的说刚申请获批几天就被封了，有的说刚积累到 100 美元等支付时就被“K”了，还有的人说要去告 Google 公司，但真正赚钱的站长不会去参加这些讨论，他们会把注意力集中在如何做好网站，如何为网民服务，如何吸引流量，如何优化广告等方面。

**提醒**

不要看到其他人作弊自己也去尝试，不要听信别人说的所谓作弊秘诀。

### 3.8.3 Google 反作弊手法，自动和人工结合

Google 公司有专门的 AdSense 反作弊小组，以其先进的技术不断完善识别作弊的数学模型，作弊者可以想得到的办法都被包含在内了，另外至少还有以下四种人工识别办法。

- AdSense 反作弊小组成员定期人工检查值得怀疑的账号。
- 浏览者如果发现有网站在 AdSense 上有作弊行为（例如鼓励点击、欺骗引诱等）可以向 Google 公司举报。

- 其他发布商发现有网站在 AdSense 上有作弊行为（例如入侵其他网站修改账号名称等）可以向 Google 公司举报。
- 通过 AdWords 投放广告的广告主会监控广告投放情况，如果有异常可以向 Google 公司举报。

网站运营者应该调整心态，立足长远发展，把精力投入到网站内容建设、宣传、优化等方面，真正为浏览者提供喜欢的信息和服务，并为广告主提供良好的广告发布平台，自己才会得到应有的回报。



## 诀窍

在浏览器、网站运营者（发布商）、Google 公司、广告主四者之间达到共赢才能是产业链良性发展。任何试图破坏规则快速获取不正当利益的行为，最终都无法获得成功。

### 3.8.4 如何保障账户安全

确实有一些发布商本意并不是去作弊，而因为没有注意到一些细节问题，导致账户被“K”的情况，这时已经是后悔莫及了。下面来说一说如何保障账户的安全，发布商需要注意的地方。

- 不要自己尝试任何作弊行为，无论是否在 AdSense 计划政策的规定以内，主动做到“不作恶”；
- 明确告诉网站的共同运营者、亲戚朋友，千万不要“好心”帮忙点击广告，那样只会帮倒忙；
- 不小心自己在操作中误点击广告的话，如果次数极少，就可以不管，Google 会自己判断；
- 如果万一不小心自己多次误点击广告的话，就要给 Google 公司 AdSense 小组发邮件进行说明；
- 在 AdSense 账号设置中启用“允许的网站”功能，避免广告代码被无聊的人恶意放在其他网站中遭到陷害；



- 如果收到来自 Google AdSense 团队的警告邮件，一定要非常重视，马上检查邮件中所说情况，按照要求及时进行处理，并将处理结果回复邮件；
- 如果收到来自 Google AdSense 团队终止账号的邮件，而自己又确信没有作弊的话，可以将实际情况向 AdSense 团队回复邮件进行详细说明，拿出有说服力的理由和数据来，态度要诚恳、实事求是，对方是不会随意“K”号的，如果你拿出的证据可以证明是被误解了，还是有希望解封的。

### 诀窍

Google 的信条是 Don't be evil，不会冤枉好人，但也不会放过坏人。



## 第 2 章

# 加盟 Google AdSense， 快速掌握要领

---

本章是为 AdSense 新手准备，对于刚刚加入或者准备加入 AdSense 的朋友来说很有作用，其中包含以下几节。每节又分若干小节，涵盖 Google 广告的各个方面。

- Google AdSense 介绍
- 广告类型
- 账号申请
- 广告设置
- 报告获取
- 账号管理

但本章不是简单讲述 AdSense 原理和操作，而是在其中穿插进去作者的理解、解释、使用技巧和注意事项，一些细节在官方网站或者帮助资料中都没有，希望能对真正重视 AdSense 的朋友有帮助。



## 2.1 Google AdSense 介绍

### 2.1.1 什么是 Google AdSense

AdSense 由 Ad 和 Sense 两个词组成，前者是“广告”的英文简写，后者是英文“感知”的意思，合起来就是“相关广告”的含义。

AdSense 是 Google 公司为联盟网站提供的广告服务项目。网站可以通过加入 AdSense 项目来投入由 Google 公司提供的广告内容，从而获得收入，Google AdSense 中文简体版登录界面截图如图 2-1 所示。



图 2-1 Google AdSense 中文简体版登录界面截图

AdSense 项目于 2003 年 6 月 18 日由 Google 公司推出，2004 年 10 月首次对中文网站开放。来自 AdSense 的收入目前占 Google 总收入的 30% 至 40%，每季度都有上十亿美元。Google 公司 2010 年 5 月公开 AdSense 分成数据内容广告的 68% 和搜索广告的 51% 是分配给联盟网站的比例。

我是于 2005 年 10 月申请加入的 Google AdSense 项目，当时 Google 公

司在国内并没有专门负责 AdSense 的团队，2006 年以后才组建并开展支持和宣传活动。

## 2.1.2 AdSense 广告来源于 AdWords

我们看到网站上投放的 AdSense 广告上写有“Google 提供的广告”，而更确切地说应该是“通过 Google 提供的广告”，实际上这些广告的发布者（也叫广告主）并不是 Google 公司，而是来自各行各业的广告投放者，他们一般是通过 Google 公司的另外一个知名广告项目 AdWords 来投放的，在投放的时候选择“投放到内容网络”，就可能出现在加入 AdSense 项目的网站上。

AdWords 是 Google 公司推出的关键字广告，与百度的竞价排名类似，主要是按照点击计费的网络广告模式（英文缩写 CPC）。只有当浏览者点击广告进入设定的页面时，广告主才会支付费用。也有一小部分是按照展示数量计费的模式（英文缩写 CPM）。这两种广告都可以投放到 Google 自身的搜索结果页面中以及广告联盟网络中发布，前者就是大家使用 Google 搜索时看到结果页面的右侧排名广告，后者就是发布到 AdSense 发布商网站上的广告。

要想对 AdSense 有深入的研究，了解 AdWords 是很必要的。您可以很容易地申请加入 AdWords，用单位或者个人的名义都可以加入，也没有预付款起点的限制，现在国内已经支持通过银行卡支付，Google AdSense 中文简体版登录界面截图如图 2-2 所示。

加入 AdSense 之后，您可以尝试着投放一组广告，通过选择关键词、选择投放网络、编辑广告内容等过程，您能够对广告主有更多的了解，在做 AdSense 的时候也更有心得。

我自己的网站上专门留了一个栏目叫做“广告服务”，说明了网站主要通过 AdSense 投放广告，告诉希望在网站上投放广告的用户可以直接与网站管理员联系或者自己通过 AdWords 投放。一般小的广告主（例如希望每月投放数百元）都建议通过 AdWords 去投放，在其中可以指定投放在该网



站上来（甚至可以指定投放的页面），而对于希望投放大额包月广告的广告主来说，可以直接与网站管理员联系，通过 Google AdManager 来投放，这部分内容将在本书后面的章节中再介绍。



图 2-2 Google AdWords 中文简体版登录界面截图



如果有小的广告主联系您希望投放广告，可以指导其通过 AdWords 实施。

### 2.1.3 AdSense 投放原理及过程

互联网上的传统包月广告一般都是针对性不太强，网站为了获得更多的收入往往在页面中放置很多广告位，而每个广告主为了吸引浏览器眼球都将广告设计得花花绿绿，不断跳动，这实际上是对浏览器的一种骚扰，不会留下良好的印象。

而 Google 公司借用其在搜索领域的强大技术，在 AdSense 项目中对投放的网站页面进行预先内容分析，只投放内容相关度最高的广告，这样的广告不仅仅是广告，甚至是内容的一种有益补充，在广告形式上也比较正规，不会引起浏览器的反感。

在 Google 公司的 AdSense 官方帮助文件上对于投放广告原理如图 2-3 所示。

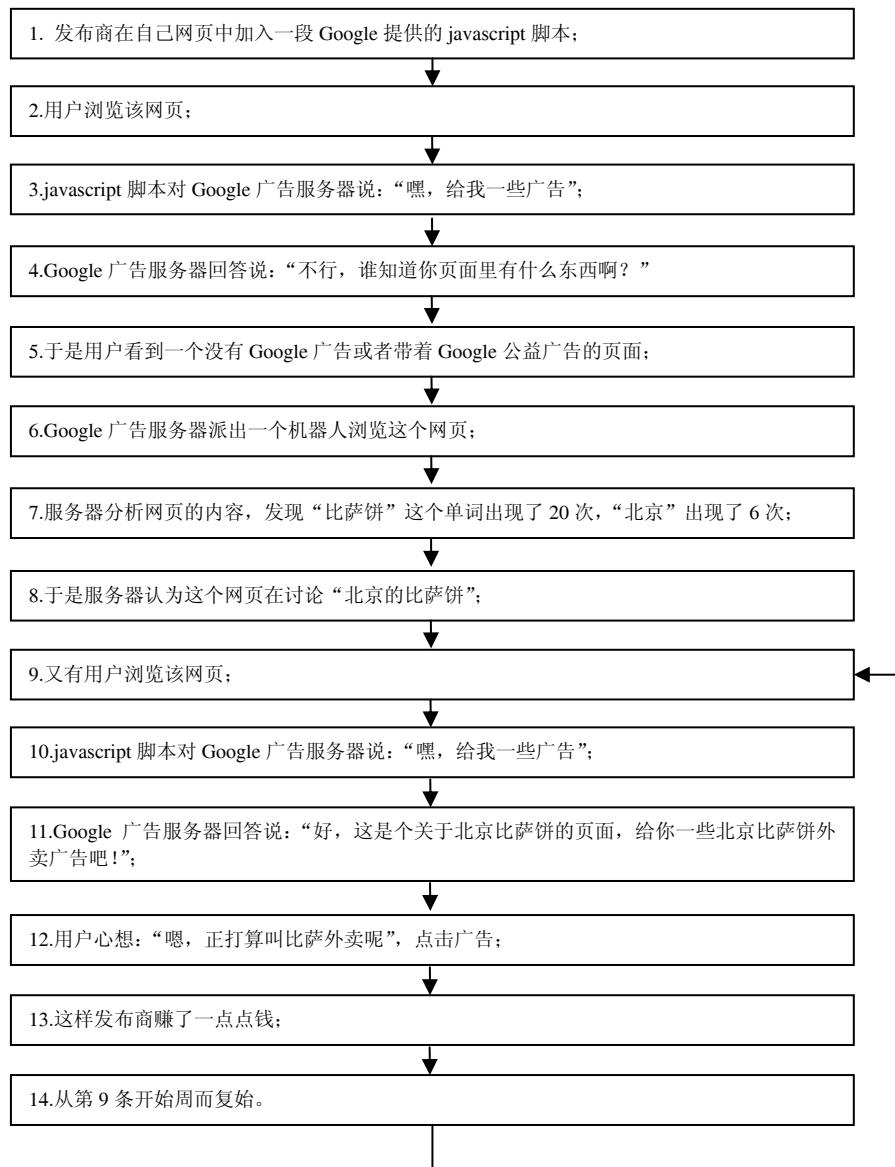


图 2-3 投放广告原理举例



实际上广告的投放过程比这个更复杂，还会考虑浏览器所在的地理位置、广告主的出价变化、网页内容的更新、防止作弊的算法等。



### 诀窍

AdSense 强调广告的相关性，因此发布商应该优化自己页面、完善相关内容，匹配到更好的广告投放，并吸引浏览者点击。

#### 2.1.4 AdSense 广告计费方式

AdSense 支持以下的一些投放方式。

- **AdSense 内容广告（包括链接广告）：**最常见的包含多个广告单位的方框或链接。
- **AdSense 搜索广告：**从网站中的 Google 搜索框的结果页面中的广告获益。
- **Google 搜索联盟：**与 AdSense 搜索广告类似，有规定的形式，分成比例较高。
- **AdSense 移动广告：**适合于移动网络浏览网站，为手机用户提供广告。
- **AdSense for feeds：**适合用 Rss Feed 方式投放，但订阅用户在国内不普及。
- **AdSense 域名广告：**Google 提供的域名停靠服务，让闲置域名获得收入。
- **AdSense 推介广告：**CPA 类型的广告，在国内目前停止使用。

这些都将在后面的章节中进行详细介绍。

而计费的方式也有多种。

- **按点击计费 (CPC)：**这是 AdSense 最常见的计费方式，有浏览者点击才计费。

- **按展示计费 (CPM):** 广告主投放的时候也可以选择这种方式，与 CPC 广告竞争。
- **按行动计费 (CPA):** 适用于 AdSense 推介广告，但目前中国大陆已经暂停使用。

AdSense 内容广告有 CPC 和 CPM 两种计费方式，而 AdSense 搜索广告和 Google 搜索联盟只有 CPC 计费方式。



虽然投放形式和计费方式很多，如图 2-4 所示，但给普通网站发布商带来多数收入的还是按点击计费的 AdSense 内容广告。

#### AdSense 内容广告

展示专门针对您网站的内容或目标受众的广告。

广告标题
广告文字
www.advertiser-url.com
Google 提供的广

#### Google 搜索联盟

为您的用户带来 Google.cn 的完善搜索体验。广告收入促销分成！

	Google 搜索
商户 财经 股票	

#### AdSense 搜索广告

为您的用户提供网页搜索，同时通过与其搜索字词相关的广告获得收益。

<input checked="" type="radio"/> 网络 <input type="radio"/> (您的域名)

#### AdSense for Feeds

在 Google 为您管理的供稿中放置相关广告。



#### AdSense 域名广告

在您的寄放网址上显示广告。 [?]



#### AdSense 移动广告 新的高端设备！

展示有针对性的 Google 广告，释放您的移动网站的创收潜力。



图 2-4 登录 Google AdSense 后台看到的各种广告方式选择界面截图

### 2.1.5 AdSense 计划政策

AdSense 的申请和运行有一定的政策规定。下面是 2009 年 4 月 28 日的最新版本包含的主要内容。



加入 AdSense 计划的发布商必须遵守以下政策，因此请仔细阅读政策内容。如果您违反了这些政策，我们保留随时停止向您的网站投放广告和/或停用您的 AdSense 账户的权利。如果账户被停用，您将无法继续参与 AdSense 计划。

我们可能随时对政策进行修正，因此建议您经常回来查看。根据我们的条款，您有责任了解并遵守我们在此发布的最新政策。

#### 1. 无效点击和展示

发布商不得点击自己的广告，也不得采用任何手段（其中包括手动方式）虚增展示次数和/或点击次数。

#### 2. 鼓励点击

发布商不得要求他人点击自己的广告，或采用欺诈性手段获得点击次数。禁止使用的手段包括但不限于：对用户查看广告或执行搜索提供奖励；承诺如果第三方有这类行为，会为其提供金钱奖励；或将图片放置在各个广告旁边。

#### 3. 内容指南

发布商不得将 AdSense 代码放置在违反内容指南任意条款的网页上。成人内容、暴力内容或鼓吹种族歧视的内容均在违反指南之列。

#### 4. 受版权保护的资料

除非取得了必要的合法权利，否则 AdSense 发布商不得在内容受版权法保护的网页上展示 Google 广告。有关详情，请参阅我们的数字千年版权法案政策。

#### 5. 网站管理员指南

AdSense 发布商需要遵守网站管理员质量指南。

#### 6. 流量来源

我们不允许在限定了流量来源的网页上放置 Google 广告。例如，发布商不得参与付费点击计划、发送垃圾电子邮件或将广告作为任何软件应用程序的操作结果展示。另外，使用在线广告的发布商还必须确保自己的网页遵循 Google 的目标网页质量指南。

## 7. 广告行为

不得更改 AdSense 代码，也不得以任何未经 Google 明确许可的方式来操控广告的标准行为、定位或投放。例如，点击 Google 广告后不应打开新的浏览器窗口。

## 8. 广告展示位置

我们鼓励发布商尝试各种展示位置和广告格式。但是，发布商不能将 AdSense 代码放置在弹出式窗口、电子邮件或软件等不当位置上。另外，发布商还必须遵守所使用的各个产品的政策。

## 9. 网站行为

展示 Google 广告的网站应便于用户浏览，并且不得更改用户使用偏好、将用户重定向到他们不想访问的网站、启动下载过程、包含恶意软件或包含会妨碍网站导航的弹出式窗口或背后弹出式窗口。

## 10. 竞争性广告和服务

为避免误导用户，如果一个网站上包含的其他广告或服务采用与相应 Google 广告或搜索框相同的布局和颜色，我们将不允许发布商在该网站上展示 Google 广告或搜索框。尽管您可以在自己的网站上直接投放广告，但您有责任确保这些广告不会与 Google 广告混淆。

## 11. Google 广告 Cookie

AdSense 发布商必须制定隐私权政策并加以遵守；该隐私权政策需披露以下信息，即第三方可以在用户的浏览器上放置和读取 Cookie，也可以使



用网络信标收集您网站上所投放广告的信息。

## 12. 特定产品的政策

AdSense 内容广告：每页最多可放置 3 个广告单元和 3 个链接单元。

AdSense 搜索广告：每页最多可放置两个 Google AdSense 搜索广告框。此外，在提供了 AdSense 搜索广告结果的网页上，仅可放置 1 个链接单元或 1 个搜索框，但不得出现其他 Google 广告。查询都必须来自直接在搜索框中输入数据的用户，并且不得被人为修改，其中包括使用字词或直接链接至搜索结果页的硬编码预先填充搜索框。不得将 AdSense 搜索广告代码集成到工具栏等任何软件应用程序中。

其他产品：

AdSense 移动广告

AdSense 视频广告

AdSense for feeds

AdSense 域名广告



### 诀窍

加入 AdSense 的发布商虽然不需要与 Google 签订纸面合同，但也是确认了以上政策条款才能加入的，属于一种电子版本的合同签订方式，因此不要做违法规定的事情来增加收入，否则 Google 公司有权终止合作、封杀账号、拒付费用。

## 2.1.6 获得付款的办法

### 1. 最低起点

Google AdSense 对于网站的浏览量和收入没有最低规定，不过要积累到 100 美元以上才会付款。2009 年，中国大陆采取试验性质的电子支付转账方式，400 元人民币以上可以支付。

## 2. 付款暂停

默认情况下，Google AdSense 是每月付款一次，如果觉得有必要，可以在后台设置付款暂停，也可以恢复。需要在每个月 15 日前修改设置，下个月才会生效。

## 3. 支付方式

目前有以下几种方式。

- **支票—标准邮递：**无手续费，2 周至 3 周平信邮寄支票，但这种方式速度慢、周期长、办理麻烦。
- **支票—安全快递：**扣 25 美元手续费，由快递公司投递支票，一周可以收到。
- **西联汇款：**无手续费，可从邮政储蓄银行、农业银行、光大银行兑取，在中国只支持个人，不支持单位，另有每笔 1 万美元的上限（但可以支付多笔）。
- **人民币电子转账：**扣税款，直接转到银行账户上。

### 作者例子

我在 2005 年 11 月加入 Google AdSense 计划，开始每天大约有 10 美元左右收入，当月就积累到超过 100 美元，不过要等待邮寄 PIN 码进行地址验证等原因，后来是 11 月和 12 月放在一起支付的。2006 年 1 月看到后台确认数据，11 月的半个月收入加上 12 月全月收入共计 500.18 美元，1 月底寄出美元支票，我是 2006 年 2 月底收到第一次美元支票，然后 3 月初到中国银行办理托收手续，从香港汇丰银行 (HSBC 汇豐) 转到中行开设的存折上还要 1 个月的时间，也就是在 2006 年 4 月才能收到款项，取出时可以直接取美元也可以兑换成人民币。

第一次从投放 AdSense 代码到拿到钱共用了 4 个多月，跑了两次银行，还要扣几十元人民币的托收费用，这个体验可不太好。以后就是下一次办



理托收的时候顺便取前一次到账的款，不过也还是需要在投放月底之后的3个月左右的时间才能取到钱。



2007年10月，AdSense在中国补充了西联汇款的方式，因为无须等待托收，只要后台看到已经发出款项的通知后，第二天就可以取款，所以我在10月15日前马上就修改成了这种方式，10月30日后台显示9月份的收入已经汇出，然后到本地的邮政营业点去办理，虽然邮局的环境、服务比不上银行，但还是可以接受的，比再等上几个月托收还是要好。从邮局拿到9月份的款时，从中国银行托收的8月份款还没有到账。我估计现在很少有人还用支票托收了。

2009年，AdSense在中国又补充了电子支付方式，可以直接转到银行账户上，不过如果是单位需要先提供税务发票，个人转账之前需要按照国家相关规定代扣税款。国家是按照劳务报酬扣税，并没有考虑服务器托管、雇人管理网站等成本，后面有详细介绍。

我觉得西联汇款已经足够方便了，后来推出的电子支付并不是强制要求转到这种方式，只是可选的方式，就没有采用，一直沿用西联汇款方式。



西联汇款是目前国内个人账户最佳的取款方式，公司账户一般采用美元支票托收方式。

## 2.2 AdSense 广告类型

进入Google广告后台选择AdSense设置，可以看到各种广告类型，下面来分别介绍。

## 2.2.1 AdSense 内容广告

AdSense 内容广告就是投放在网页中与内容相匹配的广告，包括直接广告形式和链接广告形式，由于这种广告与网页内容高度相关，所以用户浏览该页面时，往往会对广告提供的信息感兴趣，而网站可以从浏览者的点击或者浏览展示获得收入。

AdSense 内容广告包含以下两种形式。

- **广告单元：**有  $300 \times 250$ 、 $768 \times 90$ 、 $160 \times 600$  等多种格式，每个广告中可以有多个广告单元，每个广告单元包括标题、简介和网址三个部分。
- **链接单元：**有  $728 \times 15$ 、 $160 \times 90$  等多种格式，每个广告可以有 4 个至 5 个关键词，点击关键词后出现与关键词匹配的广告，注意浏览者点击关键词不能带来收入，只有点击此后出现的广告才能为网站带来收入。

下面列举几种常见广告形式的例子，如图 2-5 至图 2-8 所示。



图 2-5 728×90 大小的文字内容广告



图 2-6 728×90 大小的图片内容广告



### Google 提供的广告

上海  
上海鲜花  
乔爱别墅  
云间水庄

图 2-7 160×90 大小的文字链接内容广告

[Google 提供的广告](#) [在线购物](#) [上海机票价格](#) [网上购物](#) [网店](#) [网上商城](#)

图 2-8 728×15 大小的文字链接内容广告



AdSense 内容广告是最常见的投放形式,以作者个人以及知道的其他站长为例, AdSense 内容广告也是最主要的广告收入方式。内容广告中的链接单元不要忽略, 运用得当的话, 它可能带来很大比例的收入。

## 2.2.2 AdSense 搜索广告

AdSense 搜索广告是在网站上放置 Google 搜索框, 网站上的用户可以借此搜索互联网或者设定的网站, 当用户点击搜索结果页面上的广告时, 网站就可以获得收入。

放入代码后, 出现的形式如图 2-9 所示。

Google™

Web  您的域名

图 2-9 Google AdSense 提供的搜索广告, 可选择在整个 Web 上或者在某个域名内搜索

结果页面还可以设定网站自己的 Logo 和风格, 以及很多选择。

## 2.2.3 Google 搜索联盟

我们会在一些网站上看到有来自 Google 的搜索框, 其中一些就是采用

了 Google 搜索联盟，形式如图 2-10 所示。

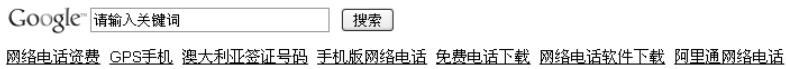


图 2-10 Google 搜索联盟，带有与页面内容匹配的关键词链接

在网站中合适的位置放置 Google 搜索联盟代码后，可以为网站添加上搜索的功能，浏览者可以不离开网站直接搜索相关关键词的内容，当用户点击搜索结果页面上的广告时，网站就可以获得收入。

搜索条的大小、颜色、各元素位置、是否站内搜索等设置都可以选择设定。

可以看到 Google 搜索联盟与前面介绍的 AdSense 搜索广告（英文 AdSense for Search，简称 AFS）很相似，事实上这两种方式也大体相同。AdSense 搜索广告是 Google 标准的搜索广告方式，Google 搜索联盟是专门针对中国市场投放的产品，更多是为 www.google.cn 获取搜索流量做宣传，同时得到广告点击的分成比例也更高。



一般来说我们建议网站采用 Google 搜索联盟的方式，以便获得比采用 AdSense 搜索广告更多的收入。

## 2.2.4 AdSense for Feeds

这是专为 RSS Feed 方式提供的广告形式，如果您的博客或者网站提供有 Feed 格式的内容，而且有一些忠诚的用户使用 RSS 阅读器经常来访问的话，可以考虑加入这种方式的广告。

虽然 RSS 是一种高效的阅读方式，但国内的互联网用户中 RSS 阅读方式不是很流行，更多浏览者还是习惯直接查看网站页面，所以通过 AdSense for Feeds 产生的广告收入很有限。



设置 RSS 时，需要将普通的 RSS Feed 转换成 FeedBurner 这个英文网站上的链接，然后让用户订阅 FeedBurner 上的链接。

例如“一把刀人工搜索”网站新页面的 RSS 源：

- 原本是：<http://www.18dao.com/Special:Newpages&feed=rss>
- 转换成：<http://feeds2.feedburner.com/18dao-zh-cn>

在网站首页提供的新页面订阅 RSS 就是后面这个链接。

在 Google Reader 中看到的广告形式如图 2-11 所示。



图 2-11 Google Reader 中看到带有 AdSense for feeds 广告的内容

## 2.2.5 AdSense 域名广告

现在好的域名已经不容易注册到，原因是有很多域名被人抢先注册，而这些域名实际上都没有做成网站，是被投资者注册待售的。而这个待售可能长达数年以上，这期间需要缴纳注册续费，每个域名大约数十元，如果有太多域名的话（例如成百上千个），每年还是一笔不小的开支。于是就有了 Domain Parking 服务，中文也叫域名停靠服务，为这类域名生成一个纯广告的网站。当有浏览者通过输入该域名进入网站后，看到页面或者进行搜索后点击广告，就会得到广告收入。虽然进入这样域名的浏览者不多，

但还是会产 生一定收入，可以补贴域名注册的费用。如果注册的域名与知名网站很接近或者很容易被人误输入来查看时，还会有一笔不错的广告收入。

以前我就知道 Google 在国外有 Domain Parking 服务，也尝试去申请过，但要求的条件非常高，非职业的域名投资者不容易达到要求。

2009 年 2 月，Google 在国内推出了 AdSense for Domains 服务，只要以前有 AdSense 账号就可以使用。

我当即加入了几个闲置的域名，按照要求修改了 DNS 就可以，也通过了 Google 的审核。但接下来有一段时间发现网站打不开，得知是因为中国大陆这边对 ghs.google.com 进行屏蔽引起的，用代理软件从国外可以看到。

不过对于这样只有几个闲置域名的广告商，AdSense 域名广告没有什么意义，每天只有几次浏览，不会产生值得关注的收益。



图 2-12 Google AdSense for Domains 的域名停靠服务  
网站例子

如果专门做域名投资和交易，手上有成百上千的闲置域名，则可以尝试借用域名停靠服务获得一些收入。

图 2-12 所示是一个闲置域名采用 AdSense 域名停靠服务后看到的截图，可以看到整个网站全部都是广告信息，包括了搜索广告、文字内容广告、图片内容广告、主题文字链接广告、分类文字链接广告。



## 2.2.6 AdSense 移动广告

虽然 AdSense 目前主要是针对 Web 用户，但考虑到未来通过手机上网浏览的用户数量巨大，Google 也推出了移动广告业务。

手机上广告的形式例子如图 2-13 所示。

2007 年，Google 刚推出 AdSense for Mobile 的时候只提供简单的文字广告，而移动终端这几年发展很快，AdSense for Mobile 也数次更新代码，在 2009 年，Google 又推出了专门针对 iPhone 及其他高端设备的代码，采用 JS 代码，呈现出来的广告更像是普通 Web 界面的。



图 2-13 Google AdSense 移动广告的传统手机文字链接广告例子

## 2.2.7 AdSense 推介广告

Google 在几年前提供来自 Google 自己的 FireFox 下载、Picasa 下载、AdSense 注册等推介广告，后来又曾推出来自 Google 以外广告主的推介广告，这些都属于按行动付费的广告，简称 CPA 广告。

这些广告本书作者都投放过，但感觉效果不佳，比 AdSense 内容广告的收入差远了。

可能是 Google 也发现这类广告存在的意义不大，后来在中国大陆就取消了这种形式，目前 AdSense 后台已经没有了推介广告的选项和报告。

## 2.2.8 AdSense 视频广告

目前视频广告还处在摸索发展期间，AdSense 后台没有专门的视频广告选择，在帮助说明中看到，只要选择合适的广告格式并允许图片方式，就有可能出现视频广告。

视频广告可能采用点击播放计费和展示计费两种方式。

不过目前 Google 的视频广告资源有限，看到 AdSense 视频广告的几率很小，Google 建议大家同时开启文字广告和图片广告，以保证得到最大收益。

## 2.3 AdSense 账号申请

### 2.3.1 AdSense 使用流程

Google AdSense 的使用不是很复杂，只要会上网浏览就可以操作，主要过程分为以下几个部分，如图 2-14 所示。

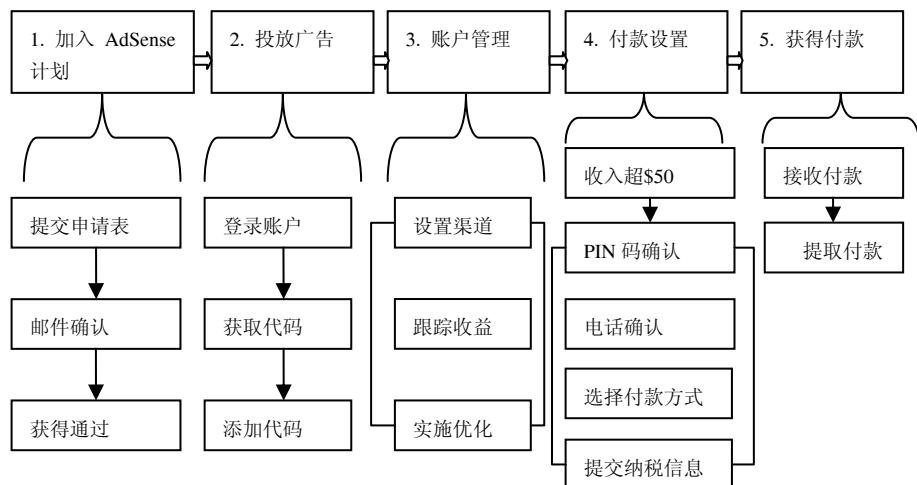


图 2-14 Google AdSense 使用流程图



### 2.3.2 AdSense 账号申请步骤

您可以访问网址 <http://www.google.com/adsense> 进入 AdSense 系统, 如果还没有账号, 可以马上点击申请注册, 如图 2-15 所示。

欢迎光临 AdSense [AdSense 是什么?](#) | [已经有账户?](#)  
请填写下面的申请表。

说明 目前, 我们在付款名和地址中仅支持 ISO-Latin-1 字符。我们的帮助中心提供所有 ISO-Latin-1 字符的列表。

**网站信息**

网站网址:  (?)  
 • 请只列出您的主网址  
 • 示例: www.example.com

网站语言:  (?)  
 • 请告诉我们您网站的主要语言以帮助我们的审核  
 我不会将广告放入含有鼓励广告点击行为的网站。  
 我不会将广告放入包含色情内容的网站。

**联系信息**

账户类型:  (?)  (?)  
 国家/地区:  (?)

**重要提示:** 您的付款将发到以下地址。请填写适用您地址的所有字段, 如全名、完整的街道名与房号或公寓号、确切的国家/地区、邮编及城市。示例...

收款人姓名(全名):   
 • 您的收款人姓名需与您银行账户中的姓名一致。  
 • 要参与 AdSense 计划, 收款人必须年满 18 岁

街道地址:

市镇:

省份:  (?)

邮政编码:  (?)  
 UNITED STATES  
 • 要更改国家或地区, 请更改您在此表顶部做出的选择。

电话号码  
 电话(包括区号):

接收电子邮件:  
 我们将向您发送与 Google 协议相关的一些服务公告。  
 此外, 请给我发送有关使用提示及经验分享的定期简讯, 以及旨在帮助 Google 改进 AdSense 计划的不定期调查。

您是如何得知 Google AdSense 的?  
 (?)

**合作规范**

AdSense 申请人需要同意遵守 AdSense 合作规范(注)  
 我同意我不会对自己投放的 Google 广告进行点击。  
 我保证已阅读 AdSense 合作规范。  
 我还没有获得通过审核的 AdSense 账户。(如果有, 请点击此处。)

**提交信息**

图 2-15 Google AdSense 注册账号的申请页面

注册时需要填写表格, 包括以下内容。

- **网站信息：**有多个网站的情况只需要填写主要的网站，确保自己拥有网站所有权。
- **联系信息：**请仔细核对、认真填写，特别是与付款相关的联系方式不能有错误。
- **合作规范：**确认自己已经阅读相关的合作规范，并确认同意相关条款。

填写后将会收到来自 Google 的验证邮件，按照其中的说明进行操作，然后等待审核结果。

审核结果也将通过电子邮件发送，二三天或者一周左右的时间会得到来自 Google 的答复。



## 提醒

填写注册内容的时候一定要准确核对真实信息，这样有助于获得批准，千万不要随意乱写，特别是账户类型、国家/地区、收款人姓名这些内容，如果书写错误就无法收到款项，而且修改起来非常麻烦。

### 2.3.3 AdSense 账号申请要求

加入 AdSense 计划的条件如下所示。

- 拥有网站所有权或者获得网站所有者许可来投放广告代码。
- 该网站的内容符合 AdSense 计划政策和 Google 网站管理员质量指南的要求，详细介绍请参阅后面的说明。
- 之前没有获得过 AdSense 账户。
- 参与 AdSense 计划的发布商应年满 18 岁。

可以看到这样的要求并不高，目前在国内已经有数十万个网站加入 AdSense 计划。



从2007年12月开始，Google AdSense提高了注册门槛，此后注册AdSense账号需同时满足以下4个条件。

- 必须使用独立域名申请。不再支持免费博客、免费论坛这类非独立域名的网站申请（但申请通过之后，仍可在博客、论坛里放广告）。
- 申请的网站必须是原创文章。像以前那样复制别人网站的文章后申请的做法，现在行不通了。
- 网站域名注册时间超过6个月。以前哪怕注册一天的网站也可以，现在对注册时间进行了限制。
- 申请AdSense时的资料，必须与域名注册资料相符。

注册Google广告的网站应注意以下事项。

- 不得包含暴力内容、种族偏见或抨击个人、团体或组织的内容。
- 不得包含色情或成人内容。
- 不得包含黑客或破解的内容。
- 不得包含违禁药品和毒品用具。
- 不得包含过分的亵渎性言辞。
- 不得包含与赌博或赌场相关的内容。
- 不得包含涉及为用户点击广告或优惠内容、执行搜索、浏览网站或查阅电子邮件提供奖励的计划的内容。
- 不得包含过多、重复或无关的关键字（在网页内容或代码中）。
- 不得包含用以提高网站搜索引擎排名的欺诈性或人为操纵的内容或结构，如网站的PageRank。
- 不得销售或宣传武器或军火（如火枪、搏击刀、眩晕枪等）。
- 不得销售或宣传啤酒或烈性酒。
- 不得销售或宣传烟草或与烟草相关的产品。

- 不得销售或宣传处方药。
- 不得销售或宣传名牌商品的复制品或仿冒品。
- 不得销售或分发学期考卷或学生论文。
- 不得包含任何其他非法、宣传非法活动或侵犯他人合法权利的内容。

## 2.3.4 其他申请办法

以前可以用免费博客申请，但目前在中国已经取消，必须要有自己的独立网站，而且网站存在时间超过 6 个月以上。

网上还有出售 Google AdSense 账号或者代为申请的服务，建议尽量还是自己亲自申请，可能麻烦点儿，但长远看来是对自己利益的保护，不会出现“扯皮”的情况。

## 2.4 广告设置

---

在加入 AdSense 计划的申请获得通过后，就可以通过账号、密码登录 AdSense 后台来获取广告代码，并投放到您的网站中。

### 2.4.1 获取广告，粘贴代码

通过 <http://www.google.com/adsense> 登录到账号，进入“AdSense 设置”下的“获取广告”，然后选择需要投放的广告产品，如图 2-16 所示。

以投放 AdSense 内容广告为例，首先可以选择“广告单元”和“链接单元”两种类型。

“广告单元”的下拉框中默认是“文字与图片广告”，一般建议保留这个默认选项，以便最大化广告资源和收益。如果有特别的要求，也可以指



定“仅文字广告”或者“仅图片广告”，注意这里说的“图片广告”既包含图片，也包含Flash、视频和互动广告形式，如图2-17所示。

The screenshot shows the Google AdSense dashboard with the following sections:

- AdSense 内容广告**: Displays ads specifically targeted to your site's content or target audience.
- Google 搜索联盟**: Provides a better search experience for users. Ads are placed in search results based on search terms.
- AdSense 搜索广告**: Provides search ads related to specific search terms.
- AdSense for Feeds**: Places ads in feeds managed by Google.
- AdSense 域名广告**: Displays ads on your own domain pages.
- AdSense 移动广告**: Targets mobile devices with ads designed for mobile websites.

图2-16 登录AdSense后台看到的产品选择界面

The screenshot shows the "AdSense 内容广告" configuration wizard with the following steps:

- 选择广告类型 > 选择广告格式与颜色 > 选择广告渠道 > 保存并获取广告代码
- 向导 | 步骤 1 / 4**
- Google AdSense 合作规范**: Allows placing up to three ad units and three link units per page.
- 广告单元**: Selected. Description: Contains text ads, image ads, or both. Ads are placed based on content and location.
- 链接单元**: Unselected. Description: Displays a series of topics related to the page content. Clicking a topic leads to a page with relevant ads.

图2-17 AdSense内容广告有广告单元和链接单元两种形式可以选择

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

然后再选择广告的格式与颜色，如图 2-18 所示。



图 2-18 选择内容广告的尺寸、颜色、字体、角样式、替代广告或颜色等选项

此后是设置渠道如图 2-19 所示。



图 2-19 AdSense 的渠道设置，这个不能忽略，渠道跟踪是提高广告收入的利器

选择完以后，就可以为广告单元命名，并保持到账户中，方便以后的



广告管理工作，如图 2-20 所示。

**AdSense 内容广告**

选择广告类型 > 选择广告格式与颜色 > 选择广告渠道 > 保存并获取广告代码

向导 | 单页

为此 AdSense 单元选择名称并将其保存以获取代码。

**AdSense 单元名称:**

请为此 AdSense 单元选择一个名称，以便日后更改其设置。该名称会显示在您的代码中，但您可以根据需要将其删除。例如：主页，300x250 的广告，无需滚动即可看到的位置等。

300x250, 创建于 10-1-3

图 2-20 AdSense 单元命名，可以写明网站、栏目、尺寸、创建时间，便于以后管理

最后获取广告代码，内容框中出现的就是生产完成的广告代码，您可以将其复制粘贴到网页中需要的位置，如图 2-21 所示。这样就完成了添加广告代码的操作。一般新生成的代码在 10 分钟后可以显示广告。

**AdSense 单元：027Left160x90, 创建于 09-12-15**

您可以将此代码粘贴到符合合作规范的任何网页或网站中。有关实施 AdSense 代码的更多帮助信息，请查阅[代码实施指南](#)。

**您的 AdSense 单元代码:**

```
<script type="text/javascript"><!--
google_ad_client = "pub*****";
/* 027Left160x90, 创建于 09-12-15 */
google_ad_slot = "3200990631";
google_ad_width = 160;
google_ad_height = 90;
//-->
</script>
<script type="text/javascript"
src="http://pagead2.googlesyndication.com/pagead/show_ads.js">
```

图 2-21 获取广告代码，放置到网页的 HTML 代码中间

放在网页中实施的例子如下所示。

```
<HTML>

<HEAD>
</HEAD>

<BODY>
<!—广告开始的地方 -->
<script type="text/javascript"><!--
google_ad_client = "pub*****";
/* 027Left160x90, 创建于 09-12-15 */
google_ad_slot = "3200990631";
```

```
google_ad_width = 160;  
google_ad_height = 90;  
//-->  
</script>  
<script type="text/javascript"  
src="http://pagead2.googlesyndication.com/pagead/show_ads.js">  
</script>  
<!--广告结束的地方 -->  
  
</BODY>  
</HTML>
```



## 诀窍

如图 2-20 所示的截图是使用的“向导”方式，便于新手逐步使用，如果是老手一般都直接选择“单页”方式，一目了然进行设置。

### 2.4.2 管理广告，灵活调整

在 AdSense 推出“管理广告”功能之前，广告代码中包含了颜色、字体、渠道等信息，一旦需要修改就必须重新生成 HTML 文件，在页面数量很多的情况下是很不方便的。而“管理广告”功能推出后，发布商可以将每次新建的广告单元保存起来，将新的代码放到网页中，以后需要修改颜色、字体、渠道等信息的时候，只需要在 AdSense 后台设置，不需要更改网页代码，比以前方便很多。

对管理广告进行修改后，一般 10 分钟左右可以生效，也可以在广告展示前用预览功能查看网页效果，如图 2-22 所示。需要注意的是，管理广告功能不能修改广告尺寸，要修改的话只有通过“获取广告”来重新生成新的广告代码。



### Google AdSense

广告 AdSense 设置 我的账户 资源

我的广告 | 管理广告 | 调色板 | 通道 | 兼容性广告过滤器 | 团队验证 | 广告审核中心 | 允许的网址

**管理广告**

请查看下面您的有效 AdSense 单元。您还可以导入现有 AdSense 单元以创建保存的 AdSense 单元。①

显示:  无效单元  有效单元

查看:	开始	新建 AdSense 单元				
名称	上次更改日期	内容	大小	状态	渠道	操作
027Left160x90, 创建于 09-12-15 (#320090031)	2009-12-15	广告链接	160x90	有效	027Left160x90Link	<a href="#">修改广告设置</a> <a href="#">代码预览</a> <a href="#">删除</a>
027Top720x15, 创建于 08-11-10 (#3429555112)	2009-12-15	广告链接	720x15	有效	027Top720x15Link1	<a href="#">修改广告设置</a> <a href="#">代码预览</a> <a href="#">删除</a>
18dso - 最新页面 [zh-cn][待译]	2009-9-26	文字与图片广告 (自动调整大小)	有效	18dso - 最新页面 [zh-cn]	<a href="#">修改广告设置</a> <a href="#">查看国际统计信息</a> <a href="#">提高 延长</a>	
18daocomMiddle160x90, 创建于 09-10-11 (#032464912)	2009-12-23	广告链接	160x90	有效	18daocomMiddle160x90Link_0	<a href="#">修改广告设置</a> <a href="#">代码预览</a> <a href="#">删除</a>
18daocomTop720x15, 创建于 08-9-30 (#7792797803)	2009-12-15	广告链接	720x15	有效	18daocomTop720x15Link_0	<a href="#">修改广告设置</a> <a href="#">代码预览</a> <a href="#">删除</a>
18daocomTop20x15, 重建于 09-12-24 (#037484912)	2009-12-23	广告链接	720x15	有效	18daocomTop20x15Link	<a href="#">修改广告设置</a> <a href="#">代码预览</a> <a href="#">删除</a>
18daonetLeft160x90, 创建于 09-12-15 (#331019172)	2009-12-15	广告链接	160x90	有效	18daonetLeft160x90Link	<a href="#">修改广告设置</a> <a href="#">代码预览</a> <a href="#">删除</a>
18daonetTop720x15, 创建于 09-12-15 (#03001740812)	2009-12-23	广告链接	720x15	有效	18daonetTop720x15Link	<a href="#">修改广告设置</a> <a href="#">代码预览</a> <a href="#">删除</a>
18daonrgLeft160x90, 创建于 09-12-14 (#0135460510)	2009-12-14	广告链接	160x90	有效	18daonrgLeft160x90Link	<a href="#">修改广告设置</a> <a href="#">代码预览</a> <a href="#">删除</a>
18daonrgRight160x90, 创建于 09-12-14 (#5555124599)	2009-12-14	广告链接	160x90	有效	18daonrgRight160x90Link	<a href="#">修改广告设置</a> <a href="#">代码预览</a> <a href="#">删除</a>
18daonrgTop720x15, 创建于 09-7-15 (#0497644625)	2009-12-14	广告链接	720x15	有效	18daonrgTop720x15Link	<a href="#">修改广告设置</a> <a href="#">代码预览</a> <a href="#">删除</a>
AdSenseBookLeft160x90, 创建于 09-12-15 (#03001740812)	2009-12-15	广告链接	160x90	有效	AdSenseBookLeft160x90Link	<a href="#">修改广告设置</a>

图 2-22 Google AdSense 后台中管理广告的界面截图

### 2.4.3 使用调色板，为广告配色

每次新建、修改广告单元的时候，可以选择配色方案，为了方便起见，AdSense 后台中也有专门的“调色板”，进行颜色设置后可以保持下来，这样在以后新生成广告单元或者进行管理的时候，可以直接利用以前的调色板而不需要每次都进行颜色设置，如图 2-23 所示。

我的广告 | 管理广告 | 调色板 | 通道 | 兼容性广告过滤器 | 团队验证 | 广告审核中心 | 允许的网址

**调色板**

选择调色板进行修改，或选择群色创建新的调色板。

AdSense 内容广告调色板

广告图标  
广告文字  
www.advertisen-ut.com  
Google 提供的...

显示调色板:

边框: # FFFFFF   
背景: # D0D0D0   
背景: # FFFFFF   
文字: # 000000   
网址: # D0D0FF

另存为新调色板 或 替换一个已保存的调色板

图 2-23 Google AdSense 后台中调色板选择和修改的界面截图

AdSense 默认自带的调色板有以下几种，如图 2-24 所示。



图 2-24 AdSense 中自带的几种常用调色板，可以添加自定义设置

可以设置调色板方案的 AdSense 广告类型有以下几种。

- AdSense 内容广告
- AdSense 搜索广告
- AdSense 移动广告
- AdSense 域名广告



## 诀窍

广告的颜色与网页内容颜色合理搭配对于收入有很大影响，将在本书后面章节专门讲述优化办法。

### 2.4.4 渠道的种类和设置

渠道的运用可以说是提高 AdSense 收入的一个关键环节，在这里先讲渠道的概念，后面还要深入讲解如何跟踪渠道和优化广告。

AdSense 提供以下两种跟踪渠道。

- **URL 渠道：**用于跟踪某个域名、子域、目录或者某个网页的报告，例如 example.com 、 www.example.com 、 abc.example.com 、 www.example.com/abc 、 www.example.com/abc.html 等。
- **自定义渠道：**用于专门针对某个广告单元或者展示位置的更为细致的报告，例如图 2-25 中一个页面有三个广告位，希望了解哪个广



告位效果最好的话，可以对着3个广告位分别创建单独的自定义渠道，以便监控跟踪效果。



图2-25 包含多个广告单元的网页例子，可采用多个自定义渠道跟踪每个单元效果

在AdSense后台可以设置渠道的广告类型有以下几种。

- **AdSense 内容广告：**自定义渠道和URL渠道。
- **AdSense 搜索广告：**自定义渠道。
- **Google 搜索联盟：**自定义渠道。
- **AdSense 移动广告：**自定义渠道和URL渠道。
- **AdSense 域名广告：**自定义渠道。
- **AdSense for Feeds：**自定义渠道。

您可以对它们进行添加、删除、修改、启用、停用等操作，如图2-26所示。

在图2-26截图中看到自定义渠道中有“说明”及“可定位”，这是对该自定义渠道进行说明，作为广告布局向广告客户显示此渠道，以便获得广告主的定向投放，设置界面例子如图2-27所示。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

## Google AdSense

The screenshot shows the Google AdSense backend interface with the 'Channels' tab selected. The main area displays a list of custom channels with their names, IDs, and descriptions. Each channel entry includes a checkbox for '可定位' (Locationable). The descriptions provide details about the target audience for each channel.

名称	ID	说明	可定位
Q27Bottom728x15Link	9332846774	湖北百科网站定位于湖北地区的百科信息内容。浏览用户主要是湖北本地及关注湖北地区的年轻上网一族，对互联网使用依赖比较强，对网上新事物感兴趣。适合投放针对本地服务的广告。	是
Q27Left160x90Link	6036188508	湖北百科网站定位于湖北地区的百科信息内容。浏览用户主要是湖北本地及关注湖北地区的年轻上网一族，对互联网使用依赖比较强，对网上新事物感兴趣。适合投放针对本地服务的广告。	是
Q27Right160x90Link	1993491202	湖北百科网站定位于湖北地区的百科信息内容。浏览用户主要是湖北本地及关注湖北地区的年轻上网一族，对互联网使用依赖比较强，对网上新事物感兴趣。适合投放针对本地服务的广告。	是
Q27Top728x15Link1	1500138507	湖北百科网站定位于湖北地区的百科信息内容。浏览用户主要是湖北本地及关注湖北地区的年轻上网一族，对互联网使用依赖比较强，对网上新事物感兴趣。适合投放针对本地服务的广告。	是
18daecnBottom728x15Link	0512726773	一把刀人工搜索网址定位于为网友提供高质量热门搜索信息内容。每日流量达到数十万以上。浏览用户主要是年轻网民，对互联网搜索依赖比较强，对网上新事物感兴趣。	是
18daecnBottom728x90_0	1717341037	一把刀人工搜索网址定位于为网友提供高质量热门搜索信息内容。每日流量达到数十万以上。浏览用户主要是年轻网民，对互联网搜索依赖比较强，对网上新事物感兴趣。	是
18daecnLeft160x600_0	7041117175	一把刀人工搜索网址定位于为网友提供高质量热门搜索信息内容。每日流量达到数十万以上。浏览用户主要是年轻网民，对互联网搜索依赖比较强，对网上新事物感兴趣。	是
18daecnLeft160x90Link	4307010045	一把刀人工搜索网址定位为网友提供高质量热门搜索信息内容。每日流量达到数十万以上。浏览用户主要是年轻网民，对互联网搜索依赖比较强，对网上新事物感兴趣。	是
18daecnMiddle160x90Link_0	3200260793	一把刀人工搜索网址定位为网友提供高质量热门搜索信息内容。每日流量达到数十万以上。浏览用户主要是年轻网民，对互联网搜索依赖比较强，对网上新事物感兴趣。	是

图 2-26 Google AdSense 后台中渠道管理界面截图

The screenshot shows the 'Edit Channel' dialog box. It allows users to modify the URL and custom channel settings. Key fields include:

- 姓名:** AdSenseBookTop728x15Link
- 定位:** 作为广告布局向广告客户显示此渠道 (checked)
- 外部名称:** yoursite.com + 主页, 首页启动  
如果想要更改名称, 当前定位到此渠道的广告客户出价将会丢失。查看 7 页的收入
- 展示广告的网页:**  主页  
 其他网页  
所有页面  
例如博客文章、电子产品主页
- 广告的位置:** 首页居中
- 说明:** 专业的Google AdSense介绍网站, 帮《Google AdSense 实战宝典》作者赚取, 浏览者主要是谷歌联盟广告发布商, 内容运营者, 年轻上网一族, 对搜索网站广告收入、网上赚钱感兴趣。

图 2-27 修改自定义渠道的说明, 吸引广告主的定向投放, 获得更高广告收入

## 诀窍

多采用自定义渠道可以让您从各种角度观察广告收入情况, 自定义渠道也都加上展示位置、说明, 吸引到品牌广告主定向到您的网站投放的话, 收入可能成倍增长。



### 2.4.5 竞争性广告过滤

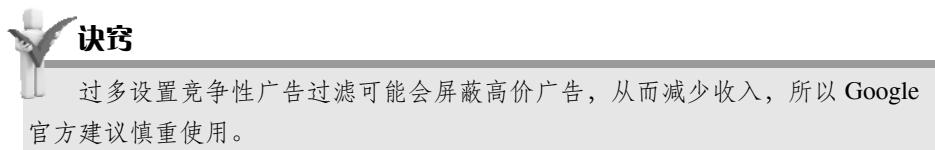
竞争性广告过滤的作用是通过添加一些广告的网址来阻止其广告投放到网站上来，一般用于屏蔽竞争对手的网站，例如在一个语言翻译的网站上并不希望出现另外一个竞争性语言翻译的网站。一些发布商也用这项功能来屏蔽不喜欢的广告、虚假骗人的广告、内容匹配不好的广告或者单价过低的广告。

可以在以下几种广告形式中运用过滤器，每种广告形式中都可以独立设置200个过滤URL，如图2-28所示。

- AdSense 内容广告
- AdSense 搜索广告
- AdSense 移动广告
- AdSense for Feeds
- AdSense 域名广告

已输入网址:	宽泛	不太宽泛	更具体	最具体
	example.com	www.example.com	forums.example.com	forums.example.com/page
系统将会滤除绿色的网址, 保留灰色网址:	example.com	example.com/page	example.com	example.com
	example.com/page	www.example.com	www.example.com	www.example.com
	www.example.com	www.example.com/page	www.example.com	www.example.com
	forums.example.com	forums.example.com	forums.example.com	forums.example.com
	forums.example.com/page	forums.example.com/page	forums.example.com/page	forums.example.com/page

图2-28 Google AdSense后台中竞争性广告过滤器的设置界面截图



## 2.4.6 网站验证功能的使用

如果您的网站需要登录后才能访问，显然 Google AdSense 的抓取机器人是无法自己到达的，不过 AdSense 提供了网站验证工具来弥补，在这里创建验证规则，输入人工需要填写的登录用户名和密码，这样抓取机器人也可以访问这些内容了，如图 2-29 所示。

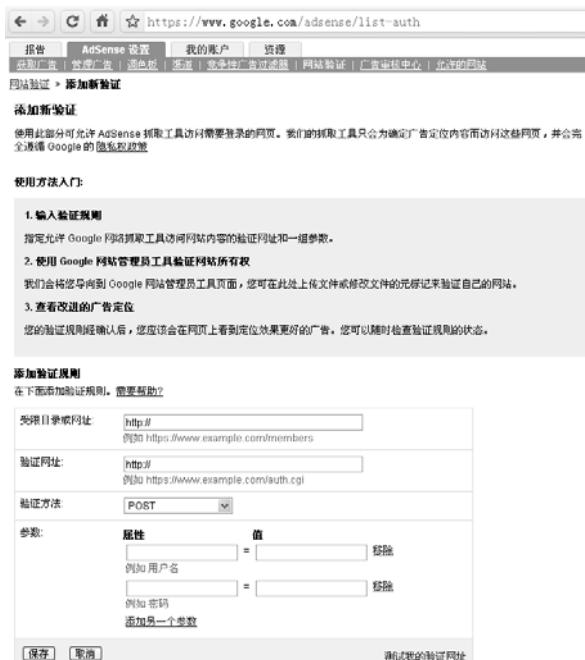
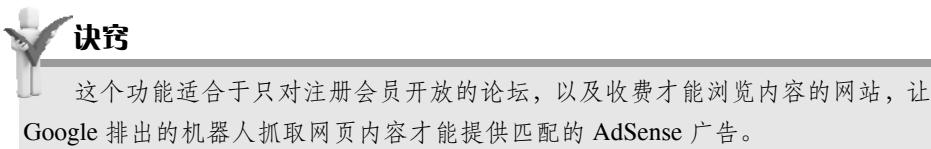


图 2-29 Google AdSense 后台中网站验证管理的界面截图

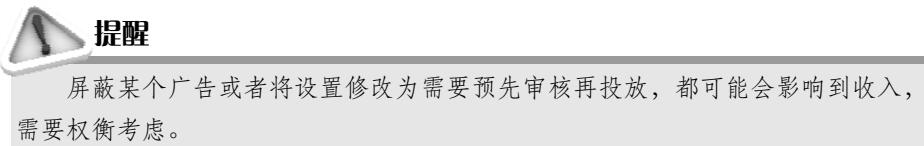




## 2.4.7 广告查看中心

“广告查看中心”又叫做“广告审核中心”，在这里你可以看到所有目前已经定位到您网站上的按展示位置定位的广告，如图 2-30 所示。

默认情况下，系统设置为不预先进行审核而“立刻投放广告”，您发现某个广告与您的网站用户无关时，可以通过广告查看中心来屏蔽该广告以停止其展示。



广告客户	广告类型	允许投放的日期	当前设置
代表 test.03037980.cn/jhd/ 的广告客户	富媒体	1月3日	自动允许 - 更改
1. 包皮龟头炎预防是关键 天津东华医院 治疗预防龟头炎 24小时专家热线: 65917838 test.03037980.cn/jhd/ test.838537980.cn/jhd/			
2. 龟头炎发作如何处理? 请来天津东华医院 专治龟头炎 中西合璧治疗为对 预约热线: 65917838 test.838537980.cn/jhd/ www.838537980.cn/jhd/			

图 2-30 Google AdSense 后台中广告审核中心的界面截图

## 2.4.8 允许的网站

这是一项首先在中国发布商中推出的功能，可以在这里设置只允许哪

些网站才能展示自己账号的广告，据说是用于避免自己的广告代码不会被其他人滥用，例如陷害点击。这种情况是我没有遇到的，就对此项保持默认设置，也就是允许所有网站展示，如图 2-31 所示。



图 2-31 Google AdSense 后台中允许的网站设置界面截图

**提醒**  
如果设置过只允许在某些网站显示自己账户的广告功能，在新的网站上投放广告时，一定要记住回到 AdSense 后台添加相应的网址，否则新网站上的广告得不到任何收入。

## 2.5 报告获取

### 2.5.1 概述报告，适合每日关注

AdSense 后台对广告的投放情况有详细的报告，登录后就进入“概述报告”，让发布商能一目了然看到最近的基本情况，如图 2-32 所示。

注意中国发布商 AdSense 后台的时间是以美国太平洋时间（西八区）为准，与中国相差 16 小时。一般是北京时间下午 4 点看到昨日完整数据，美国太平洋时间实行夏时制时是北京时间下午 3 点看到昨日完整数据。

可以自己选择每次进入概述报告时显示的收入时间段，如图 2-33 所示。



The screenshot shows the Google AdSense Overview report. At the top, it displays "今日估算收入: US\$58.87". Below this is a callout box with the text: "更新您的 AdSense 账户, 让 Google 通过电子转账将您的 AdSense 收入以人民币存入您的银行账户。了解更多信息...".

The main table provides a detailed breakdown of estimated income across different channels:

	网页展示次数	点击次数	网页点击率	网页eCPM	估算收入
<b>AdSense 内容广告 ➔ 最佳渠道</b>	560,264	6,640	1.19%	US\$0.30	US\$170.60
<b>AdSense 域名广告</b>	2	2	0	US\$0.00	US\$0.00
<b>AdSense搜索广告 ➔ 最佳渠道</b>	694	18	2.59%	US\$2.62	US\$1.02
<b>推介</b>	- 没有数据 -				
<b>AdSense 移动广告 ➔ 最佳渠道</b>	4,913	58	1.18%	US\$0.12	US\$0.58
<b>AdSense for Feeds ➔ 最佳渠道</b>	97	0	0.00%	US\$0.00	US\$0.00
<b>估算总收入</b>	<b>US\$173.20</b>				

图 2-32 Google AdSense 后台中的概况报告界面截图

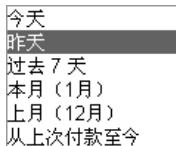


图 2-33 修改每次查看概述报告时显示的时间段

另外，概述报告的下方还有“近期邮件”和“简明报告”选项。

- 近期邮件：**AdSense 团队发来的邮件，以优化报告为主，但不经常发送。
- 简明报告：**包括高级报告模板和各种广告形式的本月、上月、按日期和渠道的各种报告链接。



据 Google 公司的统计，平均每位 AdSense 发布商每天花 10 分钟左右来查看账号信息，这对于及时了解收入变化情况、有针对性优化网站很有必要。

## 2.5.2 高级报告，适合深入分析

概述报告一般用于日常了解当天的情况，而当需要了解详细情况、跟踪优化效果的时候，就需要进入“高级报告”，如图 2-34 所示。

The screenshot shows the Google AdSense dashboard with the 'Advanced Report' tab selected. The interface includes sections for selecting a product (AdSense 内容广告), date range (选择日期范围), display basis (数据显示依据), and report type (显示). A preview table for '2010年1月5日' shows metrics like Impressions, Clicks, Click-through Rate, eCPM, and Estimated Income. A CSV download link is also visible.

日期	网页展示次数	点击次数	网页点击率	网页 eCPM [2]	估算收入
2010年1月5日星期二	208,742	2,322	1.11%	US\$0.28	US\$58.26
合计	208,742	2,322			US\$58.26
平均值	208,742	2,322	1.11%	US\$0.28	US\$58.26

图 2-34 Google AdSense 后台中高级报告的界面截图



可以将渠道数据或者汇总数据导出的 CSV 格式文件导入 Excel，并利用生成折线图的功能，方便直观查看变化趋势。

可以选择不同产品，查看汇总数据或者渠道数据，选择日期范围、单元及数据显示依据，也可以使用报告模板来查看，显示的报告可以根据各自项目排序，还可以保存为 CSV 格式导出，如图 2-35 所示。

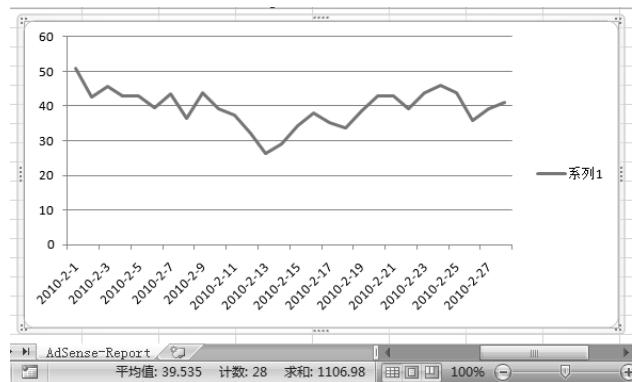


图 2-35 从 AdSense 导出渠道数据为 csv 格式，导入 Excel 后生成的折线图例子

### 2.5.3 报告管理，方便数据分享

AdSense 后台还有报告管理功能，将最近生成的报告集中存放，便于重复查看和保存为 CSV 文件。

还有一个更好的功能，可以将已保存的报告模板通过电子邮件方式发送，发送频率、邮件地址和格式都可以自行设定，对于不是每天都上网查看 AdSense 后台的发布商来说这是一个便利的功能。另外，如果希望 AdSense 的全部或者部分数据与其他人分享的话，也可以通过邮件的方式发送，如图 2-36 所示。

### 2.5.4 网站诊断，避免无法访问

前面说过，AdSense 的原理是派出搜索机器人获取网页内容，然后给出与内容匹配的相关广告，如果遇到不能抓取的情况，往往是搜索机器人被 robots.txt 拦截了或者机器人来访的时候网站无法访问，这些信息会反映在 AdSense 后台的“网站诊断”中，如图 2-37 所示。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

## Google AdSense

The screenshot shows the 'Report Management' section of the Google AdSense dashboard. At the top, there are tabs for 'Report' (selected), 'AdSense Settings', 'My Account', and 'Resources'. Below the tabs are links for 'Overview', 'Advanced Report', 'Report Management', and 'Website Diagnosis'. A search bar and a 'Search AdSense Help' button are also present. The main area displays a table of recent reports:

报告名称	创建于	类型	状态	获取报告
一次姓报告	2010-1-5 下午5:56	一次性	跳转	查看   CSV
一次姓报告	2010-1-5 下午5:28	一次性	跳转	查看   CSV
一次姓报告	2010-1-5 下午5:27	一次性	跳转	查看   CSV
一次姓报告	2010-1-5 下午5:24	一次性	跳转	查看   CSV
yanzheng	2010-1-5 上午12:07	已安排	已发送	查看   CSV

Below the report table is a section titled '显示最近的 20 份报告' (Show the last 20 reports) which lists saved report templates:

报告名称	频率	电子邮件地址	格式
jingle company monthly	从不		
jingle company monthly new	从不		
jingle company monthly v2010	每月	[redacted]	CSV
jingle company monthly v3	从不		
yanzheng	每天	[redacted]	CSV

At the bottom of this section are '保存更改' (Save changes) and '删除已选中的报告' (Delete selected reports) buttons.

图 2-36 Google AdSense 后台中报告管理的界面截图

这些信息可以与其他网站管理员工具（例如后面章节中要说到的 Google Analytics 和 Google Webmaster tools）结合使用，确保 Google AdSense 派出的机器人（User-agent: Mediapartners-Google\*）能顺利获得网页内容。

## Google AdSense

The screenshot shows the 'Website Diagnosis' section of the Google AdSense dashboard. At the top, there are tabs for 'Report' (selected), 'AdSense Settings', 'My Account', and 'Resources'. Below the tabs are links for 'Overview', 'Advanced Report', 'Report Management', and 'Website Diagnosis'. A search bar and a 'Search AdSense Help' button are also present. The main area displays a table of websites with crawl errors:

已屏蔽网址
http://tw.18dao.net/
http://wenbanzhu.jamesqi.com/%C3%A6%C2%89%C2%8B%C3%A6%C2%B7%C2%AB%C3%A5%C2%A4%C2%AA%C3%A9%C2%A2%C2%91%C3%A7%C3%A9%
http://www.18dao.com/
http://www.18dao.org/index.php?title=%E7%89%89%E6%AE%8A.%E6%97%A5%E5%BF%97&user=Crypt18
http://www.chahaoba.com/
http://www.google.cn/search?hl=zh-CN&client=pub-0688463b65960444&prog=aff&source=sdo_sb&sdo_ft=ChBLPXRXAAm5
http://www.google.com.hk/imgres?imgurl=http://movie.18dao.com/imgs/104500284.jpg&imgrefurl=http://movie.18dao.com/images%3Fq%3D%25E9%2584%25AD%25E7%25A2%25A7%25E5%25BD%25B1%26nbsp%3D21%26hl%3Dzh-TW%26sa%3D1
http://www.wenbanzhu.com/
http://www.youbianku.com/

At the bottom of this section are '上一页' (Previous page), '12' (Page number), and '下一页' (Next page) buttons. A note at the bottom states: '请注意：我们的抓取工具独立于 Google.com 抓取工具，不会影响 Google 搜索排名。有关 Google 向网站管理员提供的其他资源的详情，请参阅帮助中心'.

图 2-37 Google AdSense 后台中的网站诊断界面截图



## 2.6 AdSense 账号

### 2.6.1 账户设置

在 AdSense 后台中选择“我的账户”就进入了“账户设置”，在这里可以设置的选项有以下几个方面，如图 2-38 所示。

- **登录信息：**也就是账号和密码。
- **语言与联系选项：**简体中文，其他通知类型建议全部选上，发送频率都很低。
- **收款人信息：**在注册时一次性填好，此后不能更改。
- **付款细节：**查看和更改付款方式。
- **付款保留：**默认为按月付款，确有必要时才设置保留。
- **广告显示首选项：**建议都采用默认的设置。
- **基于兴趣的广告首选项：**AdSense 除了根据网站页面内容匹配相关广告以外，还可以根据流量用户的兴趣类别展示相关广告。
- **第三方广告偏好设置：**AdSense 除了发布来自 AdWords 的广告以外，也推出了从另外的广告发布商处获得相关的广告。
- **信息资源：**已经选用的广告类似的发布商代码。



建议保留 AdSense 两个新功能的默认选择，即“根据用户兴趣类别展示广告。可以将我的网站的访问信息用于创建兴趣类别。”以及“允许广告客户利用受众信息向我的网站投放更具相关性的广告。”以便获得尽可能多的收入。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

## Google AdSense



图 2-38 Google AdSense 后台中账户设置的界面截图

### 2.6.2 账户访问权

可以查看新老访问账户以及具有访问权的托管方。

目前还不能添加、修改其他账号来访问，如果需要与其他人共享 AdSense 数据，可以使用相同的 AdSense 账号、密码，或者用前面说到的“报



告管理”中的邮件方式发送指定数据，如图 2-39 所示。

The screenshot shows the Google AdSense account settings interface. At the top, there's a navigation bar with tabs: 报告 (Report), AdSense 设置 (AdSense Settings), 我的账户 (My Account), 资源 (Resources), and a highlighted tab: 账户设置 (Account Settings). Below the navigation bar, a section titled “拥有访问权的用户” (Users with access) displays a table with two rows of user information. Underneath this, another section titled “具有访问权的托管方” (Managed sites with access) displays a table listing several websites along with their access levels.

网站	托管方的收入分成	操作
blogger.com	0.0 %	禁止访问
	内容 (AdSense Online)	0.0 %
	搜索 (AdSense Online)	不适用
	Referral (AdSense Online)	0.0 %
	移动内容 (AdSense Online)	不适用

图 2-39 Google AdSense 后台中账户访问权界面截图

我曾在 Google 提供的其他服务中开通了 AdSense 支持功能，所以在具有访问权的托管方中可以看到下面几个网站。

- blogger.com（目前在中国大陆地区不能直接访问）
- knol.google.com
- sites.google.com（目前在中国大陆地区不能直接访问）
- www.google.com/coop

### 2.6.3 付款历史

在“付款历史”页面中可以默认提供最近 3 个月的收入和付款记录，也可以查询从有收入的那个月以后的所有数据，如图 2-40 所示。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

The screenshot shows the 'Payment History' section of the Google AdSense dashboard. At the top, there are tabs for 'Report', 'AdSense Settings', 'My Account', and 'Resources'. Below them are links for 'Account Settings', 'Account Access', 'Payment History', and 'Tax Information'. The main area displays a table of payment history from October to December 2009. The columns are 'Month', 'Date', 'Description', 'Income/Credit Item', 'Debit/Credit Item', and 'Monthly Balance'. The table shows various transactions like 'Payment issued - Pending' and 'Income (10/1 - 10/31) - Pending'. A note at the bottom says 'December's income will be finalized by January 10th'. On the right side, there is a 'Useful Links' sidebar with links to 'How to get paid', 'Payment Guide', and 'Difference between Income and Payment'.

图 2-40 Google AdSense 后台中付款历史的界面截图

一般是在某个月的 10 日左右核算出上月的全部收入，在月底之前看到上月收入的付款通知。

“收入明细”中显示各种类型广告的收入以及总和，如图 2-41 所示。

The screenshot shows the 'Income Details' table under the 'Payment History' section. The table has two columns: 'Description' and 'Amount'. It lists various types of adsense income: 'AdSense search ads', 'AdSense mobile ads', 'Google search network', 'AdSense for Feeds', 'AdSense domain ads', 'AdSense content ads', a subtotal 'Subtotal', and a final total 'Total monthly income'. The amounts are listed in US dollars.

说明	金额
AdSense 搜索广告	US\$ [redacted]
AdSense 移动广告	US\$ [redacted]
Google 搜索联盟	US\$ [redacted]
AdSense for Feeds	US\$ [redacted]
AdSense 域名广告	US\$ [redacted]
AdSense 内容广告	US\$ [redacted]
小计	US\$ [redacted]
每月总收入	US\$ [redacted]

图 2-41 Google AdSense 付款历史中的收入明细表格界面截图



“付款明细”中显示西联汇款的监控号、金额或者是支票金额等信息，并提供“收入对账单”，如图2-42和图2-44所示。

The screenshot shows the Google AdSense payment history interface. The top navigation bar includes '报告' (Report), 'AdSense 设置' (AdSense Settings), '我的账户' (My Account), '资源' (Resources), '账户设置' (Account Settings), '账户访问权' (Account Access), '付款历史' (Payment History), and '纳税信息' (Tax Information). The main content area displays a payment detail for December 23, 2009. The payment method is listed as '西联汇款'. The payment date is '2009-12-23'. The remittance control number (MTCN) is listed but redacted. The amount is listed as '以付款货币表示的金额' (Amount in payment currency), also redacted. The withdrawal date is '2009-12-26'. Below this, instructions state that the payment can be collected the next day at a local Western Union agent, with a note to bring identification (ID card, driver's license, passport) and withdrawal information. It lists the company as Google Inc., address 1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94043. At the bottom, there is a link for '收入对账单' (Income reconciliation statement).

图2-42 Google AdSense 付款历史中西联汇款付款细节界面截图

This screenshot shows the same Google AdSense payment history interface, but for a check payment. The payment method is listed as '支票' (Check). The payment date is '2006-1-30'. The payment number is '-' (empty). The amount is listed as '以付款货币表示的金额' (Amount in payment currency), also redacted. The bottom section contains a link for '收入对账单' (Income reconciliation statement).

图2-43 Google AdSense 后台中支票托收方式付款细节界面截图

## Google AdSense

### 收入对账单

付款来自：  
Google Inc.  
1600 Amphitheatre Parkway  
Mountain View CA 94043  
USA

收款人：  
QI JINGSONG

客户ID：  
付款号码：  
付款日期：2009-12-23  
付款方式：西联汇款

P.R. CHINA

说明	
以收入支付货币表示的付款	USD US
合计：	USD US

图 2-44 Google AdSense 后台中收入对账单界面截图

#### 2.6.4 纳税信息

刚申请到 AdSense 账号的发布商可以先不填写，当账户余额达到 10 美元以后再输入纳税信息。

纳税信息有如下一些选项。

- 在美国没有经营活动的认证
- IRS 表 W-9
- IRS 表 W-8 ECI
- IRS 表 W-8 BEN
- IRS 表 W-8 EXP
- IRS 表 W-8 IMY
- IRS 表 8233

对于中国大陆的发布商来说，一般都是选择“在美国没有经营活动的发布商”就可以，如果选用支票方式或者西联汇款，Google 公司不会代为扣税，如果选用人民币电子转账则需要先扣除劳务所得税款，如图 2-45 所示。



The screenshot shows the Google AdSense dashboard with the following details:

- Page Title: Google AdSense
- Header Buttons: 报告, AdSense 设置, 我的账户, 资源
- Sub-Header Buttons: 账户设置, 账户访问权, 付款历史, 纳税信息
- Section Title: 纳税信息
- Text: 已提交 - 在美国没有经营活动的发布商
- Text: 提交日期: 2005-11-17  
上次更新日期: 2005-11-17
- List Item: 您有责任及时更新自己的纳税信息。您可以随时[更改纳税信息](#)。
- Text (in a box): 根据法律, Google 需要向所有发布商收集在美国的纳税信息或“在美国没有经营活动”的声明, 其中也包括美国境外的发布商。有关详情, 请访问[纳税信息页](#)。
- Text (in a box): Google 不对您提交的纳税信息的可靠性负责。此外, 我们也无法提供纳税建议或协助填写纳税表。有关您的税务身份的问题, 请参阅 <http://www.irs.gov> 或咨询税务顾问。
- Text (in a box): Google 采用业界标准的 SSL (安全套接字层) 技术保护此信息以及您提交给我们的其他个人信息。此外, 为增加安全系数, 纳税人 ID 号将以加密格式保存。Google 可能会与受托第三方共享此信息, 用以确认您的身份。要详细了解我们如何保护您的隐私, 请参阅 [Google 隐私权政策](#)。

图 2-45 Google AdSense 后台中纳税信息界面截图

在后面的问答中, 专门介绍了国内采用电子转账方式时, 劳务所得税款的计算办法。



# 第 1 章

## 建设优质网站，打好赚钱基础

Google AdSense 是建立在已有网站的基础之上，对于还没有建网站的朋友来说，第 1 章是必须阅读的，其中包含以下内容。

- 建站策划
- 网站起名
- 空间租用
- 系统开发
- 内容建设
- 搜索引擎优化
- 网站宣传推广

但本章不是孤立地讲述网站建设，而是在其中穿插与 AdSense 的相关内容，每一项工作都是为将来获得高收入做准备，因此对于已经建有网站的朋友来说，本篇中的内容也一样有很多可以学习借鉴的地方。

## 1.1 建站策划

---

### 1.1.1 做好网站定位，立下长远目标

一个网站的成功与否和其定位有着非常密切的关系。在准备一个新网站的时候，我们首先就是要对网站进行定位，如果是对老网站进行全面改版，也需要重新进行网站定位策划。

网站的定位策划是非常重要的，也是很有难度的一项挑战，本书作者将其主要归纳为两个方面进行考虑：“建站对于自身的目的”及“提供内容和服务对象”。

#### 1. 建站对于自身的目的

可以从个人或者组织建站的目的说起，例如可以分为以下几个类型。

- **事业型：**为了创立自己的事业基础。
  - **收入型：**为了获取高额的广告收入。
  - **爱好型：**为了自己个人的兴趣爱好。
  - **宣传型：**为了对外宣传产品和服务。
- .....

明白了自己为什么要建站后，就有了清晰的目的来指导后面的工作。对于本书的读者来说，建站的主要目的或者主要目的之一应该是通过网站广告来获得收入。

#### 2. 提供内容和服务对象

除了满足自己的建站目的以外，还有一个重要的考虑点，就是网站为什么人提供什么内容和服务，这应该清晰明了，可以用一句话来描述，例如：



- **查号吧：**专业的长途区号、手机归属和电话号码的查询网站。
- **邮编库：**专业的国内外邮政编码、邮寄快递查询网站。
- **人工搜索：**人工搜索并建立网页，为网友提供热门关键词的高质量信息。
- **问版主：**对网友提问给出唯一、全面、深入和真正有帮助的回答。
- .....

这也体现了网站有什么内容及其对网友来说存在的价值。网站只有能提供独特的信息和服务，才会得到网友的喜欢，只有不断完善，才会长久带来收入。如果自己都觉得自己的网站对网友来说可有可无，是难以带来收入的，这就需要进行反思和重新定位。



### 提醒

不要仅仅为 AdSense 而建立网站，不要专为 AdSense 高价关键词而建站，网站是做给人来浏览的，而不是骗取流量和收入的机器。

以本书作者建立的“查号吧”网站为例：

- **建站目的：**原来是纯粹为网友提供免费服务，后来有了意想不到的 AdSense 收入，以后还可以设法发展得更大。
- **提供内容和服务对象：**开始只是简单的电话区号查询，后来又推出更多功能，如世界各国各城市区号、手机归属地查询、小灵通/一号通判别、话费查询、骗子号码曝光等，服务对象始终是广大的电话、手机用户。

图 1-1 是网站首页截图。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘



图 1-1 网站定位举例，“查号吧”在发展中调整、扩充服务内容，上面是网站首页截图

## 1.1.2 参考选题原则，发挥自己优势

做网站是一个需要长期坚持努力的工作，在开始计划阶段就要把主题选好，以免中途有太大的变动，前面的努力都白费。

也有一些人说想到的主题似乎都有人在做了，而且竞争激烈。事实上，网站的选题范围非常广，每个主题都有深入做下去的余地。

下面说一说创建选题时应该优先考虑的两个方面。

### 1. 首先是要做自己熟悉的领域

这是必备的条件，必须对选题的相关领域全面、深入了解，能相信自己就是这方面的专家。

例如自己是一个球迷，对球星、赛事、装备、足球的历史等各方面都了如指掌的话，就可以选择该球类运动作为要创建网站的主题。



又例如自己是一个多年的硬件发烧友，对CPU性能指标、硬盘故障修复、DIY价格、显示卡历史都如数家珍的话，就可以建立一个电脑硬件方面的主题站点。

还可以回想一下，自己平时都上网做些什么？看些什么内容的网站？关注哪方面的信息？看得多的内容自然是自己感兴趣的内容，也会是更有把握做好的主题。

也可以考虑自己在线下的工作、学习、生活中的特长，如果能够通过建立网站来发挥自己的特长，帮助更多需要相关信息的人，就是一个不错的候选主题。

## 2. 其次是内容要受大众喜欢

如果选择的主题太偏门，面对的读者太少，就难以形成一定的访问流量以及我们期望的用户互动和广告收入。

例如一个针对某个学校的站点因为用户群过于局限，就难以获得很大的流量。

又例如一个讨论棒球运动的网站可能在台湾、日本、美国等地有很多潜在浏览者，但在中国大陆目前关注的人还不是太多。

反过来，如果选择两性情感、家庭育儿、网络交友等作为主题，本身就有大量的潜在感兴趣者，就容易让更多的人来关心这个主题并访问新建的网站。



网站的广告收入常常是波动的，选择一个自己熟悉和喜欢的领域，为大众提供他们需要的信息和服务，这样在收入暂时陷于低谷的时候，也能有充足的理由让自己坚持下去，渡过困难时期。

还是以“查号吧”网站为例，我个人对于国内、国际长途电话区号以及查询这些信息的用户很了解，通过访问统计后台数据还可以分析出网站原来没有的功能来添加补充。例如很多人直接用电话号码在“查号吧”网站中搜索，有一部分号码的重复搜索率相当高，仔细了解后发现是很多人接到值得怀疑的来电或者短信后到本站来验证真伪，于是就新推一个“骗子号码”的栏目，推出后果然很受欢迎，如图 1-2 所示。



图 1-2 根据网友需求，增加更多的功能，上面是“查号吧”网站中“骗子号码”栏目截图

### 1.1.3 了解对手情况，进行竞争分析

古人云：“知己知彼，百战不殆。”要让您的网站做得成功，一定要充分了解同类主题的其他网站，需要在搜索引擎中找到主要的领先竞争对手，将他们的网站逐个详细查看，主要包括以下内容。

- **网站定位：**对方的网站定位是否与自己完全重合还是部分重复，有何特色。
- **结构规划：**使用了什么网站平台，有哪些主要功能，相互之间如何配合。
- **内容安排：**网站地图包含什么，菜单如何进行导航，有哪些特色



内容。

- **美工设计：**页面设计是否专业、美观，是否合理、符合 SEO 规则。
  - **所属组织或者个人：**查看关于我们、联系我们、网站备案、域名注册等信息。
  - **人气情况：**网站内容质量和数量、站内留言、站外评论等。
  - **更新频率：**最新内容日期、每天发帖量、死链接情况等。
- .....

这样能够对该网站有初步的了解，然后使用网站搜索优化中的工具，获取以下数据。

- Alexa 排名历史和当前情况。
  - 平均每浏览者查看页面数量。
  - 外部链接数量和详情。
  - 在主要搜索引擎中收录的页面数量和详情。
  - 用主要关键词在主流搜索引擎中搜索的排名情况。
  - 域名注册时间。
- .....

这样就能比较全面地了解该网站的实力，以及在同类网站中的地位。

可以把主要的同类网站用一个表格排列出以上数据，便于了解、比较和分析，如图 1-3 所示。

通过对以上数据的了解、比较和分析，应该能对自己的网站如何定位、如何建设、如何运营，有了进一步的认识。

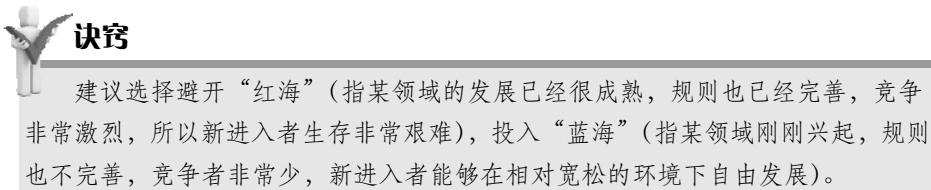
也可以借鉴企业发展战略尝试做一次规范的 SWOT 分析，也就是列出机会与风险、优势与劣势的矩阵，从而做出各种战略决策。具体的 SWOT 分析就不在本书中讲述了，可以从网上搜索到大量相关知识。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘



图 1-3 Alexa 排名是一个快速了解他人网站流量情况的方便查询工具



## 1.1.4 合理配备人员，匹配网站发展

### 1. 个人网站

网站与传统媒体不同，可以一开始不需要庞大的资金投入和广泛的人脉关系，很多个人仅凭一己之力创出了后来非常知名的网站。如果您的个人建站能力足够，而外部资源暂时不足的话，可以先潜心独立创建、运作一个小型网站，发展到一定阶段后再找合作者。

### 2. 团队协作

在以前的实践和周围一些朋友的实际建站过程中，我发现一个人也可以独立开发建设一个网站，不过效果、效率还不是很理想，一个人的想法有时不免不完整，建设、维护的过程中没有人商议也显得有些孤独，有的



时候甚至半途而废。如果有两人或者更多的人参与同一个网站的建设，大家之间可以分工合作、互相探讨、互相鼓励，做出来的效果一般更好。所以我们提倡两个人以上同时参与一个网站的建设，组织办法可以是大家自由组合、自由联系发展，也可以自己找亲朋好友、同学同事、共同兴趣的网友来一起参与。

### 3. 公司操作

网站项目的持久运作需要人员、资金，而当发展到一定阶段后，还需要打造品牌，这时公司化运作才是更有效的方式。当网站所处的行业竞争激烈时，更是要有一定实力才能生存、发展，这时仅靠个人或者几个人的小团队往往力不从心，容易错过时机。也可能您一开始就规划要做一个大型网站，往往需要策划人员、网站编辑、程序员、设计师、市场宣传以及销售人员等，都应该在初始的规划中做好方案。



既要正确评估自己的实力不犯冒进的错误，也要注意抓住快速发展壮大的机会，需要高超的技巧和远见。

这里以我建立的“查号吧”网站为例，刚开始的几年里都是一个典型的个人作品，是我用业余抽时间来搭建的，后期陆陆续续修改完善，偶尔回复网友发来的咨询邮件。后来推出了“骗子号码”栏目后，需要检查、回复网友留言的工作量陡然增加，每天上百个留言至少要花好几个小时来处理，就在网上请了几位感兴趣的网友参与网站管理，并支付一定兼职报酬，形成一个小的团队。随着用户量和浏览量的不断增加，这个网站以后还可以有更大的发展规划，进行公司化操作也可以考虑，逐步增长的AdSense收入为此做好基础准备，如图 1-4 所示。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

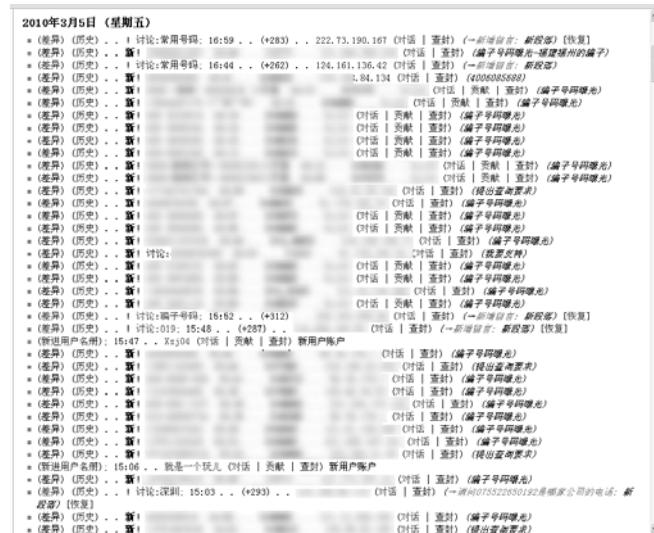


图 1-4 “查号吧”网站的网友发帖记录，这就需要团队来配合管理，为网友提供更好的服务的同时会得到更多的 AdSense 收入

## 1.1.5 合理安排时间，从容稳步发展

做任何复杂的工作都应该事先做好计划安排工作，在网站的策划组织阶段，就应该明确需要做哪些工作，一共需要多少时间，准备从什么时候开始，什么时候结束，要划分成多少个阶段，每个阶段的主要工作是什么等。

计划安排工作可以包含以下几个方面。

- **建站过程各事项流程：**例如，网站名称和域名的选定、程序的开发、内容的补充等。
- **固定流程任务：**例如，用户注册流程、权限审批流程、信息发布流程等。
- **周期性任务：**例如，每日检查用户发帖、每周更新公告、每月统计分析访问数据等。



## 诀窍

可以为 AdSense 广告收入设立一个专门的计划，例如每天花 5 分钟至 10 分钟查看各渠道收入详情，以周为单位来查看优化效果，每月详细分析网站流量和收入情况并进行改进等。

### 1.1.6 做好基础维护，日常保持更新

网站的策划组织不应只是建设阶段，还应该包括长远的运营维护阶段。建设阶段结束后，还应该保持长期的内容更新和用户跟踪，日常上网的时候就关注自己网站的主题内容，并形成每日更新内容的习惯，在一定时间（例如三个月、半年、一年）过后，如果有需要还应该进行规模或大或小的改版工作。

最好的效果是网站因为内容质量高吸引到大量用户浏览，然后部分用户参与内容分享贡献，质量进一步完善，从而形成良性循环。

网站软件、硬件平台的维护工作很基础，但绝对是重要的环节。服务器不稳定、网速慢都会导致用户的流失。

刚开始经费投入可以由其他项目帮助，随着网站流量的增加，广告收入也会逐步增加，到一定程度就可以维持项目的费用开支，为后续发展提供资金，以及赚取希望的利润。

## 诀窍

很多网站都是度过最初的几个月建设期后就半年甚至数年都不再更新维护，站长又忙于新建其他网站，这样没有精耕细作的网站自然难以受到网民的喜爱，只有坚持不懈专注发展，才会得到网民的认可，进而从广告中获得不菲收入。

## 1.2 网站起名

### 1.2.1 网站的名称和域名不可忽视

考虑到您希望自己的网站以后能获得高额的 AdSense 广告收入，就必须从网站起名、注册域名这样的“小事”做起，开头阶段的每个细节都可能对未来的广告收入产生重要的影响。

世界上的网站、域名每时每刻都在增加中，而网民普及率已经达到一定程度，继续提高的速度就慢下来了，网民的眼球与网站比起来是稀有资源，所以才有“眼球经济”、“注意力经济”的说法，网民的选择太多，记性也会变差，除了已有的大型知名网站以外，他们很难记得曾经访问过的大多数网站名称和域名，难以变成回头客。

有站长说现在的网站流量大多靠搜索引擎带来，网站自身的名称和域名不是那么重要，但如果真想打造高流量、高收入的网站这只能是权宜之计，搜索引擎的算法多变，带来的流量有大的波动是很正常的事情，要想不受过大的影响，还需要打出自己的品牌，最好能让人们对网站名称和域名过目不忘，以后还需要查找同样信息的时候能直接输入域名或者搜索网站名称回来访问。

网站起名成功的例子很多，如图 1-5 和图 1-6 下面举例说明。



图 1-5 “去哪儿”这个名字和对应的域名 qunar.com 很容易让搜索机票、航班的旅客记住



图 1-6 “淘宝网”这个名字和对应的域名 taobao.com 对于喜欢 Shopping 的女性记忆来说是再容易不过了

以前言中提到的“查号吧”网站为例，10 年前本来是一个业余做着玩一玩的网站，为网友提供免费的国内国际长途电话区号查询服务，也就随手用了一个二级域名 <http://telecode.027.net>，这个“telecode”还是自己造出来的，根本没这个单词，而 027.net 本来是公司注册用来提供武汉（电话区号 027）本地网络服务的，网站也没有一个特别的名称，就叫通用的“电话区号查询”，这个网站因为存在时间早，所以从搜索引擎来的流量也很可观了，但难以形成品牌，域名也不好记忆，发展到一定程度后就后劲乏力了。

后来我下定决心对网站进行了重新定位，除了提供以前的长途区号查询以外，还增加了相关的手机归属地查询，以及独特的单独号码发布和查询服务，将名称改为“查号吧”，申请了对应的域名 <http://www.chahaoba.com> 以及 <http://www.chahaoba.cn>。改名后不到一年的统计数据表明，访问量是以前的 3 倍，综合访问量是以前的 2 倍，其中直接流量来源（用户输入网址进入）的数量也是以前的 2 倍多，再加上其他的 AdSense 优化技巧，广告收入从以前的长期几年都是每日 10 美元左右增加了数倍！



### 诀窍

人们给刚出生的宝宝起名都知道认真考虑，这个姓名可能影响到孩子的一生，以后要改动可是一个万不得已不会去做的麻烦事！同样，一定要认真考虑您的宝贝网站的名称和域名，这也是一个关乎网站未来前途和钱途的大事！

## 1.2.2 选择合适域名类型

域名的类型有很多种，常见的顶级域名后缀有以下几种。

- **.com:** 适用于大部分商业性网站。
- **.net:** 适用于网络服务类网站。
- **.org:** 适用于非营利组织网站。
- **.cn:** 适用于中国大陆地区的网站。

域名的后缀还有很多，例如.tw、.cc、.info、.biz、.mobile 等，这里就不介绍了，如果是要保护企业名称或者注册商标、知名品牌，可以注册多个后缀的域名，不过一般的中小型网站只需要注册.com 或者.cn 域名就可以了。

“中文.cn”，“中文.中国”等形式的域名作用不大，基本上没有网民会这样去访问，现阶段注册只能起到品牌保护的作用。本书作者在 2000 年以前曾经花费数万元购买第一批“中文.com”域名，虽然抢到了一些很不错的名字，但因长期无法使用并且未续费而被终止，只有极少数出售成功。

相对来说.com 域名的资源最为稀缺，也是网民默认为“正常域名后缀”的形式，所以能查找、选择到合适.com 域名的时候就一定要注册下来。

如果在.cn 域名、.net 域名等也可以注册的情况下，建议您考虑保护性注册下来，特别是您对网站的未来有宏大构想的时候，以免将来出现相似域名的“李鬼”网站或者被其他域名持有人高价出售。

## 1.2.3 网站的域名选择原则和举例

域名选择的原则主要有两个方面：



## 1. 长度短小、容易记忆、容易输入

好的域名应该尽量短小，拼法顺口，最好能让你看过后就能记得住，读起来发音清晰，不容易混淆，不容易拼写错误。最好避免域名中间带有连接符“-”，也不要字母、数字混合使用。

- **正面例子：**我们建议网站的名称和域名有明确的对应关系，例如百度是 baidu.com，新浪网是 sina.com.cn，中华网是 china.com，这样也是为了方便网民记忆。
- **负面例子：**根据调查统计，中国的大部分网民无法记住 Google 的域名“Google”这个单词，这也是导致其在国内不如百度流行的重要原因之一，后来 Google 公司作为补救，购买了一个最短的域名 g.cn 来指向 www.google.cn 来让网民更容易记忆和输入。

## 2. 有明确易懂的内涵和意义

用具有一定含义的字、词、词组来做域名，可以让网民容易记忆，而且形成对网站内容的潜在了解。例如用提供的产品名称、服务名称、企业名称、商标名称、品牌名称等都是不错的选择。

- **正面例子：**本书配套的网站域名选择 www.adsensebook.cn，很明确就是关于 Google AdSense 的书籍相关网站。
- **负面例子：**我们以前注册了一个 18dao.com 的域名，中文名称叫“一把刀”，是“1”和“8”两个数字及“dao”这个拼音加起来的谐音，意思是为网民提供一把解决各种问题的网上瑞士军刀。这个域名不容易被记忆和输入，不听我们解释的话，其含义一般网民也无法明白，所以不是一个好的选择。

以上的两条主要原则看上去容易，但实际挑选时会发现很多短小、有意义的域名都已经被“玉米虫”（域名投资者的昵称）注册了，要找到一个令人满意的域名现在已经很不容易。这时不用着急，可以多给自己一些时间考虑，也可以提出域名的选择原则，然后发动网站合作人员、亲朋好友

一起开展头脑风暴，我们曾经为了一个网站的起名，五六个人提出了上百种考虑方案，经过几个星期的数十次反复讨论才最后确定。

如果心仪的域名已经被他人注册，在资金条件允许的情况下，可以与域名持有人联系购买该域名，价格由双方商定。



## 诀窍

多花些时间精力来考虑、选择、商量域名不会有错，网站推出后再更改域名有可能使以前积累的流量、名气都损失惨重。

### 1.2.4 拼音域名、英文域名和数字域名

在中国，基本上每个网民都学过拼音，而英文好的网民则要少得多，所以尽量选择简短而有意义的拼音域名，还要注意同音异词的情况，最好避免产生歧义。

有一些数字域名也有很好的含义，例如 027 表示武汉的区号，163 表示当时拨号上网的特服号，114 表示查号服务，8848 代表巅峰高度等。不过总的来说，目前这样好的域名已经太稀有了。

以下几种域名方式都不是很好的选择。

- 拼音与英文混用。
- 拼音与数字混用。
- 英文与数字混用。
- 字符中间加上连字号“-”。
- 自创不存在的英文。
- 自创不存在的拼音。
- .....

可以简单地说，凡是需要网友费力来记忆的域名都不是好选择，域名



越容易记住越好。

### 1.2.5 中文域名适合保护，不适合使用

中文域名在很早以前就出现过，有“中文.com”、“中文.cn”、“中文.中国”等形式，本书作者当年都曾经投资数万元在这类域名中，但因为经历多年无法正常使用而放弃。而且普通网民输入这样的域名很麻烦，需要在中文、英文输入法之间切换，各种浏览器也不一定兼容，所以目前实用性不强。

如果不是考虑品牌保护的话，不建议选择中文域名。

## 1.3 空间租用

---

网站存在于互联网上都必须有一个地方存放内容，也就是我们常说的网站空间，下面介绍各种不同的空间方式以及适合的情况。

### 1.3.1 免费空间，适合试验入门

首先需要说明的是：天下没有免费的午餐，我们想要利用 AdSense 赚大钱的话，必要的投入还是需要的，免费的空间仅适用于测试阶段以及小规模业余网站。

免费的空间也可以分为以下两种。

- **免费的纯粹空间：**也就是用 ftp 上传下载的传统意义上的网站空间。
- **免费的应用平台：**博客、论坛、Google Site 等都可以归于此类。

在网上搜索“免费空间”会发现有很多地方都在提供，不过都有一些

限制，例如空间大小、总体流量、支持的程序语言等，也有一些免费空间是带有赞助商广告的。此类空间多由收费空间服务商提供，将免费作为一种宣传和吸引收费用户的手段，例如：

- 第一万维网 [www.01www.net](http://www.01www.net)
- 虎翼网 [club.51.net](http://club.51.net)
- 免费空间 [www.5944.net](http://www.5944.net)

另外，国外也有不少免费空间，与国内的相比较一般限制少、容量大，只是介绍、管理、支持界面都是外文。

相对于免费的纯粹空间提供商来说，现在免费的应用平台提供商更多，而且有实力的大品牌也更多，管理操作也无须很专业的知识，所以更适合入门者进行测试和使用。

例如：

- 新浪博客：[blog.sina.com.cn](http://blog.sina.com.cn)
- 和讯博客：[blog.hexun.com](http://blog.hexun.com)
- 博客大巴：[www.blogbus.com](http://www.blogbus.com)
- 中华网博客：[blog.china.com](http://blog.china.com)

这些网站有些支持嵌入 javascript 代码或者 html 代码，如果支持 javascript 代码的话，可以直接放置 AdSense 代码，如果支持 html 的 iframe 代码的话，可以使用 iframe 方式投放 AdSense 广告，具体使用办法将在后面介绍。

另外，Google 公司本身也提供多种放置 AdSense 代码的免费服务，例如：

- Google 博客：[Blogspot](http://Blogspot)



- Google 网站: Google Site
- Google 知识: Google Knol
- Google 企业应用: Google App Engine

这本来对做 AdSense 的发布商来说是一个非常好的福音，但因为这类免费服务有一些被国外敌对势力用来做宣传，所以在中国大陆地区被部分封锁了，访问和管理上不稳定。

对于入门新手来说，不妨试一试这些无成本的免费空间。不过对于将 AdSense 收入视为必需者来说，绝对无法承受网站随时都可能无法访问的风险。而且现在收费空间也价格很低了，建议还是采用下面的非免费方式。



### 诀窍

初学者可以拿免费空间练手入门，正式建站时再花钱购买性能稳定、功能强大的收费空间。

## 1.3.2 虚拟主机，放置普通网站

虚拟主机技术，顾名思义就是将一台物理上的服务器划分为很多虚拟的主机，每个主机都可以有单独的域名和空间，这是一种对服务器充分利用的技术手段。

虚拟主机按照大小来分，可以有以下几种。

- 100MB
- 200MB
- 500MB
- 1GB
- 2GB
- 5GB

- 10GB
- 100GB
- 无限制
- .....

可以按照自己网站的规模来选择，注意上面写的容量中可能包含了访问日志或者备份空间的大小，实际存放网站的空间会减少，具体请咨询空间提供商。

虚拟主机安装支持的程序来说，可以有以下几种。

- 静态 html 空间
- asp 空间
- .net 空间
- Java 空间
- PHP 空间
- .....

可以根据自己网站的系统程序需要来选择，程序可以自行开发，也可以采用成品，后面章节会详细介绍。

市面上价格差异比较大，例如 100MB 的 ASP 空间，一些不知名的服务商每年只要数十元，而知名的服务器可能要高 10 倍的价格。

考虑到网站的稳定性、服务的长期支持、商家的信誉等，建议您还是从正规厂商购买，每年几百元的价格对于希望赚取 AdSense 的网站来说是可以承受的。

可以推荐的虚拟主机提供商有以下几个。

- 中国万网 [www.net.cn](http://www.net.cn)



- 新闻 [www.xinnet.com](http://www.xinnet.com)
- 三五互联 [www.35.com](http://www.35.com)
- 西部数码 [www.west263.com](http://www.west263.com)
- 中资源 [www.zzy.cn](http://www.zzy.cn)
- .....



### 提醒

一些小的虚拟主机提供者或者代理商的价格很低，但可能会存在网络速度不快、服务器不稳定、技术支持实力差、客户服务不到位等问题，甚至有一些非法经营、涉嫌欺骗，最好找有实力的大公司，价格稍微贵一些但省心。

如果您做的是英文网站，浏览者也大多在欧美等国家，就不要将网站内容放在中国大陆地区，以免访问速度太慢，可以在网上选购国外的虚拟主机，价格也不高。

本站作者最近在国外购买的虚拟主机空间，不限流量、大小、域名个数、子域名个数、数据库个数、数据库大小、邮箱个数、邮箱大小，而且支持 php / cgi / perl / ruby / mysql / frontpage，一个月退款保证，赠送域名、域名隐私保护、上百美元广告费，算下来费用竟然一个月不到 2 美元！



### 诀窍

如果是做英文网站，用国外低价的空间来赚取更高单价的英文 AdSense 广告，只要英文不错，是一个很好的提高收入办法。

### 1.3.3 服务器托管，适合大流量网站

随着网站的发展壮大，除了扩大空间大小以外，还需要对服务器有更多的管理权限，这是虚拟主机无法满足的。这时往往需要对服务器有 100% 的控制权来设置对程序的支持、数据库的安装、扩展插件安装、定期备份等。

可以自己购买一台服务器硬件，安装上操作系统和应用程序，托管到

当地互联网电信业务提供商的数据中心机房。

以后的操作基本上都是远程进行，除非硬件损坏或者必须到现场的软件安装调试，一般都不需要去机房。偶尔出现服务器死机的情况，可以通过电话通知机房值班人员帮忙重新启动。

服务器的购买上需要考虑以下几个方面。

- **服务器品牌：**如果资金不是很紧张，建议购买 IBM、HP、Dell、联想等大品牌服务器，如果资金紧张，也可以考虑中小品牌，不要用兼容机来做服务器。
- **服务器性能：**尽量购买当前流行的、适当超前的配置，能满足未来 3 年左右网站的发展。
- **服务器价格：**从数千元到数万元一台，可以根据对品牌、性能、服务的要求来选择，并考虑符合预算。
- **服务器售后：**一些大品牌带有  $24 \times 7$  的响应服务，能在 4 小时到达现场更换损坏设备，能很好保障服务器的连续运行，不过价格昂贵。

托管机房的选择需要考虑以下几个方面。

- **服务商品牌：**中国电信等基础电信运营商，以及专业数据中心提供商更值得信赖。
- **服务商资质：**国家规定服务器托管提供商必须拥有相应资质，可以要求其出示证明。
- **机房线路带宽：**小型托管提供商有一些是自拉线路的，带宽比较紧张，应该先测试一下。
- **机房综合保障：**现场查看机房环境，确保电力、消防、空调等达到要求。
- **机房维护支持：**机房维护技术实力强、责任心好，提供  $24 \times 7$  的



值班服务。

服务器托管的价格在数千元到上万元不等，根据服务器的尺寸不同也有变化。



#### 提醒

服务器最好不要托管到外地机房，出了任何问题都可能让网站短期无法恢复，需要赶到现场去处理。来往两地的开支以及网站停机期间 AdSense 损失的收入很可能远远大于放在外地托管节省的差价。

### 1.3.4 服务器租用，免除一次性购置

服务器租用与服务器托管很相似，只是自己不购买服务器，直接采用服务提供商提供的服务器硬件。其好处是不需要一次性投入购买服务器，也不用担心硬件损坏后的维修工作；其缺点是提供的服务器不一定正好符合要求，以后也不拥有服务器产权，连续租用多年后投入成本比较高。

托管只能放在本地或者国内，而服务器租用可以放在全国各地甚至世界各地。国外的独立服务器租用费用并不高，根据服务器配置的不同以及网络带宽的不同，每台服务器的租金从每个月几十美元到一两百美元都有。

### 1.3.5 虚拟专用服务器，高性价比

VPS 是英文 Virtual Private Server 的缩写，意思是虚拟专用服务器。与此概念类似的还有 VDS（Virtual Dedicated Server），又称为虚拟独立服务器系统。

如果您只是需要服务器的完全管理权限，而对于服务器的性能要求不是太高，也可以考虑 VPS/VDS 方式，也就是虚拟服务器方式。这种技术是在一台高性能服务器上划分出数个完全独立的操作系统出来，每个系统互相隔离，可以单独设置和重启。

此类服务国内的价格在每年数千元左右，一般都提供试用。这是一种介于虚拟主机和独立服务器之间的方案，目前国内使用还不是很普及，而在国外一般在网上都可以直接购买，价格从每月不到 10 美元至数十美元不等，主要区别在于保证独享的内存、硬盘、带宽不同。



## 诀窍

不少单位和个人托管的整台服务器、多台服务器其实并没有必要，采用 VPS 就可以获得全部需要的功能和足够的资源，而且管理、维护起来更方便。

### 1.3.6 服务器群，构架保障发展

如果您的网站已经发展到相当的阶段，单台服务器从性能和结构上都无法满足日益增长的访问量，就需要用到多台服务器构成服务器群来应对，每台服务器可以负责不同的功能。

例如作者单位的内容网站就采取的是前端 Squid 缓存服务器+中端 Apache Web 服务器+后端 MySQL 数据库服务器+专门备份服务器的结构，如图 1-7 所示。

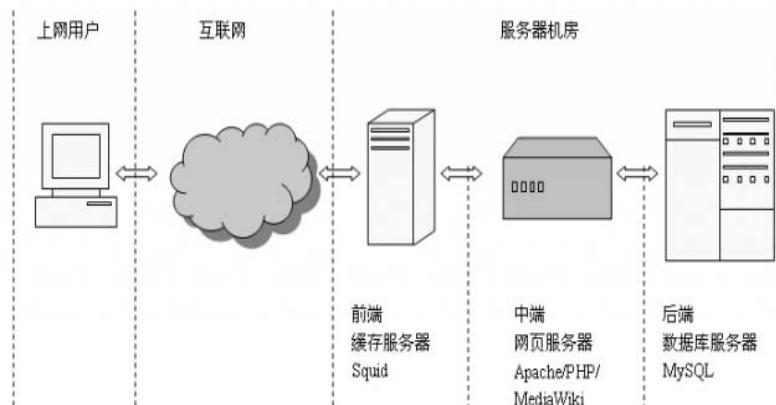


图 1-7 我自己所在单位网站所使用的三层结构，分别做缓存、Web 应用和数据库使用

更大规模的网站服务器甚至要成百上千台，还需要用到负载均衡技术、



磁盘阵列存储等，在这里就不讲述。当然，那个时候网站的收入与采用虚拟主机的网站比起来是有数量级上差别的。

## 1.4 系统开发

---

网站有了域名和空间以后，网站内容还需要系统地进行组织和存放，根据网站的需要，可以使用简单的HTML静态页面，也可以编写程序实现动态内容，还有很多现成的网站系统可供选择，下面来进行介绍。

### 1.4.1 静态网页，稳定、快速

静态页面是最简单的网页形式，多用于不是很复杂的网站，页面数量一般在数十个左右。

静态页面采用HTML语言编写，常见的工具有微软Office系列中的FrontPage，还有专业的网页三剑客之一的Dreamweaver，以及很多免费的编辑工具，甚至一些虚拟主机上就带有免费的生成页面工具，在线使用即可。

静态页面的好处是对空间的兼容性好，浏览速度快，利于搜索引擎收录，添加、修改AdSense代码也很方便。

不过静态页面提供的功能有限，没有用户互动功能，网站规模不大，难以获得很高的广告收入。

也有另外的情况，现在一些建站系统提供了从数据库生成静态页面的方式，这样往往可以一次产生巨大量的页面，以后的定期更新也容易做到。

## 1.4.2 博客系统，方便、灵活

如果您的网站希望以博客的形式出现，而不想用外面的博客服务时，可以采用现成的博客程序，在这个方面已经有比较成熟的平台产品，不需要自行开发。

常见的博客系统有以下几种。

- **WordPress:** 世界上最流行的博客系统，插件众多，可以方便地变更为 cms、论坛、门户等形式。
- **Z-Blog:** 国内著名的博客系统，采用 asp 系统。
- **O-Blog:** 国内最流行的博客系统之一，采用 php/.net 系统。
- **Bo-Blog:** PHP+MySQL 的免费博客系统。

这类程序的安装不是很复杂，但也需要具备一定的服务器或者虚拟主机管理基本知识，如果自己不懂的话，可以找人帮忙，熟练者不超过半个小时可以安装完。

## 1.4.3 论坛系统，熟悉、热门

虽然 Web 2.0 已经提出多年了，但在国内交互网站中，论坛依然是网民最喜欢的交流方式，很多网站只有一个论坛系统，不需要进行任何技术开发，然后专注于内容开发和人气聚集，就可以形成一个流量巨大的网站。

常见的论坛系统有以下几种。

- **Discuz!:** 多年的技术积累，已经发展成整套社区解决方案。
- **PHPWind:** 国内老牌的 PHP+MySQL 论坛系统。
- **DVBBS:** 使用广泛的动网论坛系统，最早采用 ASP，后来增加了.net/PHP 版本。



- **mvnForum:** 基于 java J2EE 技术（JSP/Servlet）的一个开源论坛。
- **MyBB:** PHP+MySQL，功能强大、效率高。

建站前慎重选用符合自己需要的系统，一旦采用就不要轻易更换，以免丢失积累的搜索引擎流量和老用户数据。

#### 1.4.4 CMS 系统，全面、强大

CMS 是 Content Management System 的缩写，意为“内容管理系统”，它是一种网站程序系统，配上一些模板后，很快就可以形成自己的整套网站平台，便于以后的内容管理工作。

常见的 CMS 系统有以下内容。

- **动易 CMS:** 采用 ASP 程序，国内有数十万个网站采用。
- **帝国 CMS:** PHP+MySQL，个人开发，功能多。
- **DedeCMS:** PHP 的开源系统，可灵活定制、功能强大、操作简洁。

此类软件在国内、国外还有很多，可根据自己的网站需要来选择。

#### 1.4.5 Wiki 系统，分享、合作

Wiki 系统又称维基、维客系统，适合于多人协作编辑内容，典型的应用是浏览器都可以编辑的网上百科全书。

常见的 Wiki 系统有以下几种。

- **MediaWiki:** 最知名的 Wiki 网站——维基百科采用的系统。
- **互动 Wiki:** 国内目前唯一的中文 Wiki 系统。

本书作者的很多网站都是采用的 MediaWiki 系统，在功能扩展性、系统架构上有优势，但在界面及其使用上在国内网民中并不习惯。

## 1.4.6 定制开发，独特、灵活

如果您建站的需求比较特别，市面上成熟的系统都不太适合而且自己有实力，可以定制开发一套专属于该站的系统。

常见的开发程序环境有以下几种。

- ASP
- ASP.net
- PHP
- JSP

常见的数据库环境有以下几种。

- 文本数据库
- Access
- MS SQL Server
- MySQL
- Oracle

如果自己以及合作伙伴没有技术开发实力，但有资金投入，可以雇人开发或者请专业公司来开发。但这时一定要注意事先的需求分析，与开发者签订好明确的合同。

## 1.4.7 版面美工，专业、个性

网站的系统平台选定或者开发完成后，还要注意版面的美工设计，一个简陋、不专业的界面往往给浏览者留下不好印象。

现在的网站系统多采用 CSS+DIV 技术来使网站程序和界面设计分离，



可以制定多套版面“皮肤”，更换非常方便。

不过需要注意的是，大量运用图片、Flash等形式虽然有比较好的图形和动画表达效果，但同时也会因为文件过大使浏览速度减慢，而且要考虑兼顾搜索引擎优化的效果，这需要一定的优化技巧以及平衡掌握。

与程序开发一样，设计美工工作也可以采取外包的形式。

## 1.5 内容建设

---

前面讲述的系统开发是建立网站的平台框架，而浏览者真正关心的是网站内容，这才是决定流量和收入的最关键地方。

### 1.5.1 网站地图，指引建设

网站的内容策划核心就是先画出网站地图，这样让人一眼就可以清楚网站的内容结构。一般情况下，网站地图可以分为以下几层，如图 1-8 所示。

中小型网站一般不要超过 4 级，以免过于复杂，引起混乱或者只有结构没有内容，四处留空。

网站地图做出来以后可以放在网站的首页和介绍页面（项目的“关于我们”页面），作为网站介绍的重要组成部分，让用户很方便地了解网站全貌、迅速进入感兴趣的位置，同时网站地图也是网站搜索优化的一个好帮手，让搜索引擎派出的机器人可以迅速找到网站的主要内容。

一个简单的网站地图例子如图 1-9 所示。

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

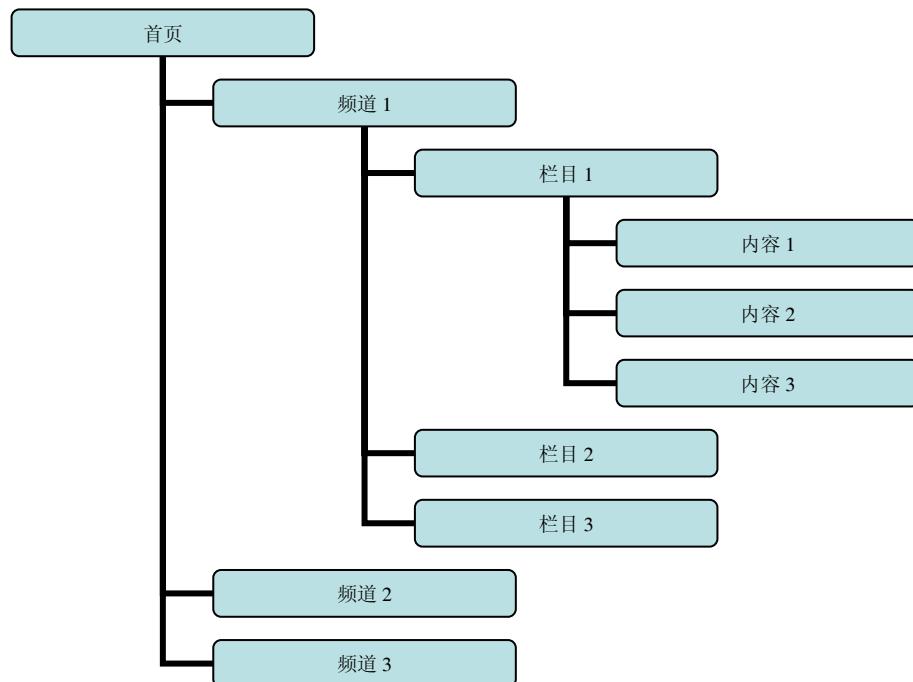


图 1-8 网站地图对于浏览器来说是一个使用指南，对于建设者来说也是规划指导

18DAO.COM

18DAO.COM

首页 生活 学习 工作 休闲 旅行 网络 通讯 财务

网站地图 SITE MAP

网站相关	关于我们	法律声明	广告服务	网站地图	联系我们	链接合作	
生活类	标准体重 营养美食	身份证号 房屋租售	公农年历 交通运	测安全期 天气预报	医院查询 疾病查询	食物热量 药品查询	运动消耗 电视节目
学习类	语言翻译 智商测试	成语词典 情商测试	度量转换 诗词宋词	书籍查询 中国历史	元素周期 百科全书	名人名言 新华字典	成绩查询
工作类	法律法规 经济统计	企业名录	防伪查询	行业分类	商标检索	专利检索	招聘求职 人口统计
旅行类	民航航班 世界国旗	火车时刻 世界时间	国际航班 交通标志	轮船信息 汽车车标	长途汽车 市内交通	酒店预订	地图集锦
财务类	纳税计算 黄金牌价	股票信息 小计算器	体彩信息	福彩信息	外汇牌价	存款利息 贷款利息	证券国债
休闲类	百家姓名 生物节律	生日查询 每日黄历	生肖属相 休闲游戏	今日星运 号码凶吉	世界之最 中国邮票	运动纪录 报刊杂志	周公解梦
网络类	查杀病毒 网络统计	网速测试 网站排名	网址查询 路由追踪	域名查询 IP地址	访问统计 壹KSC码	软件下载 硬件价格	电脑词典
通信类	区号查询 话费查询	常用电话	国际区号	黄页查询	莫尔斯码 邮政编码	特快查询 手机归属	
交互栏目	内容纠错 订制套餐	推荐信息 话费查询	在线课堂	意见反馈	客服咨询	Wiki版本 Wiki百科	
个性定制							
特色服务							

图 1-9 一个实用查询大全网站的地图例子，包括八大分类和上百个子栏目



## 1.5.2 内容策划，细化需求

有了网站地图后，下一步就是把地图中的每一个页面进行细化，需要包含什么内容（主要布局板块、内容标题等）、内容从什么地方来（原创还是摘录、摘录来源等）。如果把这些工作都做好了，自己对后期的内容建设就成竹在胸了。有的人不愿意做这个工作，认为太麻烦，而是上来就直接动手做。如果是很简单的网站（例如一个总共 10 页至 20 页的企业展示网站），确实没有必要做这个工作，完全可以直接开始做。但一级、二级栏目就超过 10 个至 20 个，预计总页面有数百、数千甚至更多的网站，初始的规划就非常重要了，虽然也可以后期调整，但尽量先把规划工作做好，您见过一面盖楼一面大改结构图的大厦吗？

我所在的公司十年来曾经为上千家企事业单位做过网站，策划方案无数，在竞争中中标的方案都是凝聚了策划者心血，处处为用户着想的设计。

网上也有很多网站策划参考资料，都可以下载借鉴、学习。

## 1.5.3 信息收集，丰富内容

高质量的原创内容无疑是用户最喜欢的，也是搜索引擎看重的。在网站建设工作中，需要我们尽可能多地做原创的内容，以及对用户有用的高度质量内容。当然，绝对原创的内容难度太高，而且所需要编写的时间也非常长，有一些内容我们采取收集整理的办法来实现二次吸收利用。例如将网上零散分布的内容收集整理到一定的主题栏目中，使信息更加全面，给用户更多的浏览选择。又例如充分使用信息平台的特点，将网上各种相关的知识收集整理后，用内部链接的方式穿成一个体系，并提供用户参与讨论和编辑的功能，便于用户查阅使用以及参与互动。

总之，我们做的信息收集整理工作一定要是对用户有价值的，不能是简单复制及粘贴，那样的话就没有意义了。

信息来源包含但不限于以下方式。

- 完全本站原创内容
- 类似主题的参考网站
- 搜索引擎中查找相关关键词发现的内容
- RSS 订阅内容
- 邮件列表订阅内容
- Google 快讯订阅内容
- 资料光盘、相关软件中提供的信息
- 书籍、报刊、杂志上看到的内容
- 内部数据库、内部电子数据、内部书面资料



## 提醒

一个需要注意的地方是知识产权，不要明知故犯地复制侵犯他人版权的内容，在摘录允许传播的其他网站内容的时候，应该注明出处。我所在单位中一个没什么流量的网站曾经被起诉引起不小的损失，提醒大家注意不要给以打官司为生者留出可乘之机。

### 1.5.4 自己撰写高质量原创内容

自己撰写网站上的内容无疑是最可控而且是最辛苦的办法。

如果您是业余创办的个人网站，可以坚持每周都写几篇与网站主题相关的原创文章，搜索引擎对于频繁更新、内容原创的网站很重视，您的文章应该可以在搜索引擎的相关关键词中排名靠前，这样长期坚持下来搜索引擎会带给您的网站不少流量。

浏览者刚开始可能是通过搜索引擎偶然来到您的网站，如果看到的文章质量高、不是简单的复制粘贴内容，有作者自己的经历和观点，就有可能留下好的印象，从而以后多次回来访问。



自己撰写内容时主要要抓住浏览器的需求，太生僻、太个人化的内容难以吸引到比较大流量。

自己撰写的内容要有深度，让浏览器看过以后得到从其他网站难以获得的信息和帮助，潜意识中认可作者和这个网站，从而树立起品牌形象。

### 1.5.5 雇人编辑内容，做好组织工作

每个人的时间是有限的，在规划好网站结构、做了示范页面后，也可以请人来帮助做长期的内容编辑工作。

从个人网站向工作室、公司化发展的过程中，这是必由之路。

雇人参与编辑需要注意以下几点。

- 衡量好支出和收入的平衡，在赢利的情况下给出比较好的报酬。
- 让参与编辑者有清晰的目标和可操作的规范，避免盲目摸索。
- 发挥编辑者的特长，激发其工作的自觉性、主动性和创造性。
- 检查编辑者工作数量和质量，制定明确目标，保持有效沟通。

### 1.5.6 不要采集网上现有内容

在国内，目前的中小型网站普遍存在内容互相转抄这种不好现象，除了手工复制粘贴以外，更是有一些工具可以用来自动采集其他网站内容，发布到自己的网站上来，例如一些专门的“小偷程序”，还有一些论坛程序中带有的采集功能。

本书作者在前几年的网站运营过程中，也曾经因为希望流量快速提升而采取过数据采集的办法，事实证明这样的工作难以取得预期的成效，搜索引擎已经能准确判断重复内容的初始来源，浏览器看到其他网站上都在转发的同样内容时，也会觉得这个网站可有可无。

另外还有一个很多初做网站的朋友不太注意的版权问题，我们自己也曾经一开始没有留意这方面的，网站上有一些复制过来的重复内容，后来还被专门打着保护知识产权旗号，到处告状捞钱的北京某公司告了，网站本来就没有得到什么收入，却引起一些经济损失。

网上讨论比较多的还有一种“伪原创”，将其他网站复制过来的内容更改标题和部分内容，改头换面后再粘贴到自己的网站上，这也只能是权宜之计，还没有听说过有一个知名网站是靠“伪原创”做成功的。

## 1.5.7 不要添加大量重复内容

有一些初做网站的朋友，看到自己网站在某个一方面做得比较成功就推广，想到把同样的内容重复，希望得到成倍的流量和收入。

主流的搜索引擎 Google 和百度在这方面都有先进的判断重复内容技术，这是不符合网民需要的重复内容，搜索引擎自然会将这些内容的权重和排名降低，难以带来更多的预期流量，甚至引起降权、封杀等负面效果。

## 1.6 搜索引擎优化

---

### 1.6.1 SEO 的基本概念介绍

随着互联网上海量信息的不断增长，网民为了获得自己需要的信息而对搜索引擎的依赖也越来越高，而一般的网站流量来源中，搜索引擎占了很大的比例，因而如何让网站针对搜索引擎进行优化是网站管理员一项非常重要的工作。

我在多年前建立的两个网站“电话区号查询”和“邮政编码查询”，在做成以后很长时间基本上没有怎么管，但却多次有人主动与我们联系放广



告，后来我们查看发现在百度、Google 中搜索“电话区号”、“长途区号”、“邮编查询”、“邮政编码”等关键词，结果都是我们的网站名列前茅，由此带来大量的访问者。这其实都是无心插柳的效果，后来我们才知道这就是无意中符合了搜索优化的原则。

搜索优化起源于国外，英文名 SEO: Search Engine Optimization，另外还有 SEM: Search Engine Marketing，也就是搜索引擎营销，这在国外已经发展成相当有影响的领域，每年都有全球的 SES (Search Engine Strategies) 搜索引擎战略大会，我也曾参加 2006 年 3 月在南京举行的全球搜索引擎战略大会，并出席业内闻名的 Google Dancing Party。

下面介绍搜索引擎优化的目标、原则和方法。

- **目标：**网站以其核心关键词在主流搜索引擎（国内主要是百度、Google 等）中获得优先的自然排名。
- **原则：**浏览用户喜欢的就是搜索引擎喜欢的，网站除对用户友好外再加上对搜索引擎友好。
- **方法：**不是简单的某一个技巧，而是贯彻于网站策划、建设、维护、推广全过程的每个细节。



### 诀窍

搜索引擎的目标是为浏览者推荐优质的网站，因此网站为浏览者提供独特、新鲜、稳定的信息和服务就会受到搜索引擎的青睐。



### 提醒

SEO 不可忽略，也不可迷信。过分倚重搜索引擎而忘记了浏览用户的体验就本末倒置了。

## 1.6.2 精心做好关键词选择和放置

关键词是搜索引擎优化的核心，需要精心选择核心关键词，围绕核心关键词来排列组合产生关键词短语和句子。

### 1. 关键词选择技巧

- 站在用户角度考虑，网民常用哪些关键词进行搜索。
- 关键词扩展成系列词组及短语（可用 Google /百度等工具）。
- 进行多重排列组合，同义词、近义词、组合词等。
- 不要用太广泛的关键词（例如电话区号查询不要用“电话”）。
- 用自己的品牌做关键词，一般品牌关键词在 Title 中放在产品/服务的后面。
- 使用地理位置（例如 027 社区中的武汉二手电脑市场）。
- 参考竞争者使用的关键词，看别人是如何吸引到流量的。
- 不用与自己无关的关键词（不用无关热门词、竞争对手品牌，避免作弊）。
- 控制关键词的数量（一页三个词以内，太多的词就做成多页）。

### 2. 关键词密度

网页文本中适当出现关键词，关键词在网页文本中占的比例就是关键词密度，一般在 1%~7% 内为佳，不要不出现或者过分堆砌。不过现在搜索引擎对这一项已经不像以前那样看重了，所以我们不用太教条，根据实际需要安排关键词就可以。

### 3. 关键词分布

- 网页代码中的标题 Title, Meta 标签（关键词 Keywords 及描述 Description）。
- 网页正文最吸引注意力的地方（顶部、左边、标题、正文前 200



字等)。

- 超级链接文本(相关推荐、友情链接)。
- Header 标签(<H1>含关键词</H1>、<b></b>)。
- 图片 Alt 属性。

在页面 HTML 源码的上面这些项目中多次出现的关键词搜索引擎会认为是网页包含的重要信息，下面再详细说明各个位置出现关键词时需要注意的要点。

### (1) 标题 Title

- Title 简短精练、高度概括、含关键词。
- 关键词在 Title 的前面部位。
- Title 组织成符合语法的短语，避免罗列。

### (2) 关键词 Keywords

在网页 Meta 中直接添加关键词，不过因为太多人作弊，搜索引擎目前已经不关注这个数据。

### (3) 描述 Description

- 用简短的句子说明本页主要内容。
- 描述中出现关键词，与正文内容相关。
- 同样注意简短，字符数在 260 以内。
- 补充 Title 和 Keywords 中未能表述的内容。



一个网站中的所有页面都有一样的标题、描述和关键词的情况是明显的失误。首页、分类页、栏目页以及每个内页应该都有针对性的单独标题、描述和关键词。

### 1.6.3 网页设计针对性优化

仅从美观、功能方面考虑一个网站还不够，要想得到更多的访问，需要注意结合 SEO。

#### 1. 目录结构和 URL（清晰、简短、规范）

- **目录层次：**图形、脚本等单独放可，小型网站一级目录 <http://www.name.com/dir1/page.htm>，大型网站二级至三级目录 “/dir1/dir2/dir3/page.htm”，不要超过四层；
- **目录及文件命名：**可用拼音、英文关键词，“-”为分隔符，URL 越短越好；
- **绝对 URL 与相对 URL：**部分搜索引擎不太在意，不做特别规定；
- **动态 URL：**出现“?”、“=”、“%”、“&”、“\$”等符号对 SEO 很不利，应设法静态化网页。

#### 2. 导航结构（栏目、菜单、帮助、布局等统称）

- **主导航醒目清晰：**主栏目在首页第一屏醒目位置，用文字而非图片、Flash 链接。
- **面包屑型路径：**主导航到目标网页的访问路径，例如：“一把刀实用查询：首页>生活类>疾病查询”。
- **首页突出重要内容：**热点、重点反复突出。
- **使用网站地图：**静态、直观、扁平、简单，用户使用普通网站地图，Google 使用专门 Google Sitemaps，有自动生成工具帮助。

#### 3. 框架结构

- 搜索机器人不喜欢框架，尽量不用 frame。
- 一定要用的话要增加“Noframe”标签（内含关键词及链接）。
- 可用 iframe，搜索机器人认为 iframe 中是另外一个无关页面。



#### 4. 图像优化

- 搜索机器人看不懂图像，尽量不用图像制作导航。
- 为图片 Alt 增加搜索引擎可见的文本描述（含关键词），在图片周围增加描述文字、header。
- 压缩图像文件大小，减色、缩小、压缩分辨率、大图切割等。

#### 5. Flash 优化

- 搜索机器人看不懂 Flash，尽量少用 Flash。
- 加辅助 HTML 版本。
- Flash 嵌入 HTML 文件。
- 付费搜索引擎登录。

#### 6. 表格使用

- 用表格分隔长篇文字。
- 不要内嵌套太多表格。

#### 7. 网页减肥

- 采用 CSS 样式，美观、统一、减肥。
- JavaScript 移到页面底部，可外置.js 文件。

#### 8. 动态页面

- 搜索机器人难理解 “?”、“=”、“%”、“&”、“\$”。
- 模拟静态化。
- 建立静态入口，“动静结合、以静制动”，重要内容静态化，不要怕麻烦，首页尽量用纯静态。
- 付费收录。
- 尽量不用 “?”、“Session ID”，参数不要超过两个。



## 诀窍

网页设计师一般从美观上考虑更多，程序开发人员一般从功能上考虑比较多，需要让他们在网站建设工作中了解和运用 SEO 相关知识。

### 1.6.4 获得高质量外部链接

搜索引擎排名的重要依据：高质量外部链接的数量。

**(1) 搜索引擎分类目录：**开放式目录 ODP、雅虎、搜狐、网易、新浪等的分类目录，目前这方面的重要性已经比以前降低，但还是值得去做。

一些重要的分类目录网站对于免费登录有以下要求。

- 内容属于原创而非复制。
- 网站不作假、不作弊。
- 网站外观良好、给人印象佳。
- 有具体联系办法。
- 提交到正确目录。
- 记下提交日期、目录、编辑邮箱。
- 不要重复提交。

**(2) 付费登录：**普通登录及固定排名。

**(3) 自动登录软件：**虽然理论上讲可以登录上百上千个网站，但实际上目前效果不佳。

**(4) 高质量导入链接标准：**

- 搜索引擎目录中的链接及已加入目录的网站的链接。
- 与你的主题相关或者互补的网站。



- PR 值不低于 4 的网站。
- 流量大、知名度高、频繁更新的重要网站。
- 具有很少导出链接的网站。
- 以你的关键词在搜索结果中排名前三位的网站。
- 内容质量高的网站。

#### (5) 垃圾链接，对排名不起作用或者起反作用：

- 留言板、评论或者 BBS 中大量发帖夹带网站链接。
- 已经加入太多导出链接的网站。
- 加入 Link Farm、大宗链接交换程序、交叉链接，与大量会员网站自动交换链接。

#### (6) 以下办法不能增加链接广度：

- 点击付费的搜索引擎广告链接。
- 多层次的网络会员制联盟。

#### (7) 如何获得高质量导入链接：

- 向搜索引擎目录提交网站。
- 寻找网站交换链接。
- 对象：已加入搜索引擎分类目录的相关网站、与你的竞争对手链接的相关网站、生意链中的对象，提供链接代码，一对一联系而不是垃圾邮件群发。
- 网站被主动链接或者转载。
- 在重要网站发表专业文章。
- 在所在的行业目录提交网站。

**(8) 工具：**在搜索引擎中搜索 link:www.域名.com 可以得到外部链接的情况。

**(9) 导出链接:** 适量、适当地导出链接获得好印象；但不要过多，一般控制在 15 个以下。

**(10) 内部链接:** 增加相关文章等内部链接；建立多个二级域名，子网站互相之间链接获得好印象。

**(11) 消除死链接:** 在搜索引擎发现你的网站死链接以前，最好自己检查到并修补，批量检查的工具有 Xenu 等。

**(12) 关键词链接文本及上下文语义:** 导入、导出、内部链接的链接文本中含关键词会获得好印象；搜索引擎起会对链接周围的上下文进行分析。



## 提醒

友情链接、登录目录网站的重要性现在已经不如以前，不用花费太大的力气，做好几个高质量链接即可，关键还是要做出用户需要的信息，这样也自然会有更多人引用，从而增加外部链接。

### 1.6.5 应对收录和展示效果不理想的情况

做好的网站从搜索引擎带来的流量不多甚至很少、为零的情况是比较普遍的情况，我们需要了解下面的概念和应对办法。

#### 1. Google 及百度的沙盒效应

- 新的高排名网站隔离检查几个月。
- 新网站优待，然后正常对待。
- 老网站也有可能定期被重新关入沙盒审查。

#### 2. 搜索引擎对网站数据更新快慢的因素

- 网站自身更新频率。
- 网站的结构。
- 服务器、带宽的性能。



- PR 值的高低。
- Meta “revisit-after”（定义多长时间后重新访问的数据）。

总结：网站维护得力是搜索引擎经常更新数据的根本原因。我们应该在网站中嵌入流量统计代码，随时观察访问来源和搜索关键词这两个重要指标，有针对性地修改完善网站。



搜索引擎收录展示效果没有办法精确控制，其带来的流量波动不可避免，在低谷时除了检查是否有不利于 SEO 的技术问题以外，就是应该始终坚持为浏览者提供高质量的内容服务。

## 1.6.6 避免 SEO 作弊

搜索引擎优化是一种不花钱就可能获得大量流量的手段，因此有人专门研究如何来作弊以获得利益。

### 1. 常见作弊手段

- 关键词堆砌
- 虚假关键词
- 隐形文本/链接
- 重定向跳转
- 偷换网页
- 复制站点内容
- 桥页/门页
- 隐形页面（不同访问者返回不同页）
- 重复注册
- 垃圾链接
- 包含指向作弊页面的链接

在搜索引擎发展的初级阶段对于以上一些作弊手段还无法准确判断，但随着技术不佳的搜索引擎被淘汰，留下的主要搜索引擎都在这方面加强了力量，并随时跟踪最新的作弊手段，让搜索结果公正、准确。

## 2. 搜索引擎对作弊的惩罚

- 自动侦测、人工监控结合。
- Baidu 惩罚措施：降低排名，过滤部分内容，完全排除。
- Google 惩罚措施：PR=0，导入 link 无，排名突降，网站搜不到。
- 搜索引擎留有提交表单，接受用户投诉，也接受网站申诉。



### 提醒

作弊的方式往往在短期内可以得逞，但长期来说效果不会好，更无法成为一个网站持续发展的基础。

## 1.7 网站宣传推广

### 1.7.1 内容完善后再推广

有一些刚开始建站的站长朋友往往希望尽快有流量，尽快让别人知道自己的网站，在内容尚不完善的情况下就开始宣传推广网站。其实这样做并不明智，试想别人看到你的宣传后来浏览你的网站却发现内容单薄、有死链接和很多写有“正在建设中”的页面时会怎么想？

这时用户往往觉得这个网站质量低劣，停留时间很短，更不会去点击 AdSense 广告，而是马上离开，并且以后也不会再回来。

所以建议在建站过程中可以规划未来的宣传推广，但并不急于马上实施，而是集中精力把网站内容搭建好。可以把自己设想为一个陌生的浏览器，只有自己觉得对这个网站提供的信息和服务满意的时候，才适合对外



进行宣传推广。

从搜索引擎的角度来说，目前对于新建网站一般都有一个沙盒期，在经过数周到数月的观察、检验后，才会给予相应关键词正常的排名。



建站初期要将主要时间精力都用在内容建设上，拿一个毛坯网站进行宣传显然不是一个明智的决定。

## 1.7.2 提交到搜索引擎

国内的主要搜索引擎例如百度、Google、雅虎等都有网站的专门提交页面，当您的网站已经完成建设后，可以去这些专门的提交页面输入提交。

不过现在搜索引擎的“爬虫”都很勤快，如果你的网站在建设期间或者刚刚完成后在其他已经被搜索引擎收录过的网站网页中留有网址的话，往往不需要自己专门去搜索引擎提交，搜索引擎自己就会将新发现的链接加入收录中。

以前有一些专门的所谓搜索引擎提交登录软件，宣传其可以向成百上千的搜索引擎提交你的网站，其实都没有什么用处，这些大量的搜索引擎中没有几个真正被网民普遍使用。如果有所谓的专门 SEO 公司、团队或者个人说可以帮助你提交到很多搜索引擎，也不用理睬。

还可以采取以下几种提交措施。

- 在网站的 robots.txt 中提交网站地图，Google、雅虎、Bing 等很多国外搜索引擎认可这种方式。
- 在 Google 的网站管理员工具中提交网站地图，可以看到详细的提交及已经收录的页面数据。
- 以 Google 博客方式向 Google 提交 RSS 源。

- 以 Google 资讯方式向 Google 提交 RSS 源，需要人工审核。
- 以论坛方式向百度提交符合其格式的数据。
- 以新闻方式向百度提交符合其格式的数据，需要人工审核。
- 以专门 xml 文件方式向百度开放搜索提供资源，需要人工审核。

提交到搜索引擎的方式以后可能越来越多，本书建议大家都尝试使用，毕竟多一种方式就多一种被搜索到的可能，重复提交了网站网址应该没有关系，搜索引擎会自行判断忽略。

### 1.7.3 提交到行业目录、专业网站

网址导航网站、分类目录网站有很多，但一般都是不限于某个领域，属于通用内容，在这些网站中提交自己的网站作用不是很大，因为人们去这些网站的目的并不明确，难以从这些网站转到您的网站。另外对于 SEO 效果来说，内容不相关网站之间的链接效果比内容相关网站之间的链接效果差很多。

如果您的网站所在领域已经有专业的行业目录及权威网站，并且对外收录该领域的网站，可以试着将您的网站进行提交。

### 1.7.4 交换链接，重质不重量

交换链接的作用主要有以下两个方面。

- 让浏览者在其他网站上看到您的网站，并转过来访问。
- 让搜索引擎发现您的网站有着很多外部链接，提高权重、排名。

传统的交换链接是找尽量多的各种网站去交换，但目前这些交换链接的效果已经大打折扣。不用花太多的时间精力在这项工作中，特别不要花时间去联系与自己网站主题无关的友情链接。



## 诀窍

交换链接重在“质”，不在“量”。找一个重要、权威的链接胜过加 100 个泛泛的小站链接。

### 1.7.5 论坛宣传，给人帮助

论坛还是中国网民最习惯的交互方式，一些做得好的论坛人气很旺，在其中相关的板块发布信息，可以起到很好的宣传效果。

例如本书撰写完成后，也会到与 Google AdSense 相关的论坛中宣传介绍，在网上很容易搜索到以下这些论坛。

- Google AdSense 官方论坛：  
<http://www.google.com/support/forum/p/adsense?hl=zh-CN>
- 广告街论坛 Google AdSense：  
<http://www.adjie.com/forumdisplay.php?fid=10>
- 中国站长论坛 Google AdSense：  
<http://bbs.chinaz.com/Google/list-1.html>
- 中文 Google 论坛 AdSense：  
<http://www.googlebbs.net/list.asp?boardid=52>
- 落伍者站长交流平台 Google adsense：  
<http://www.im286.com/forumdisplay.php?fid=69>

在发布宣传信息时，注意不要太广告化，内容要做得吸引人、对论坛上的网友有帮助，这样管理员才不会删除，网友也才有兴趣观看。



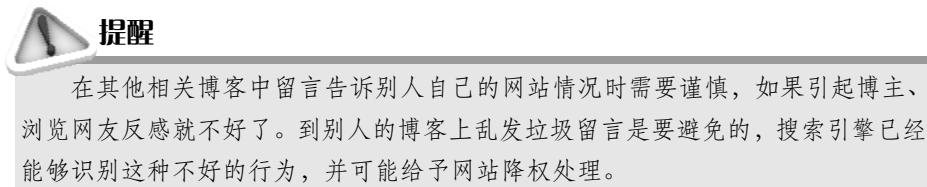
## 提醒

不要到无关的论坛、版块去发布广告，否则很容易被管理员删除内容、封 ID/IP。也不要在无关帖子下方回复并附带网址，这些效果很差，令人反感，还有可能导致搜索引擎的惩罚。

## 1.7.6 博客宣传，权威介绍

网站做好了以后，在自己的博客上发布网站开通信息是一个合适的宣传办法，可以全面介绍网站的功能、特点。

以后当网站有了新的进展、改版时，可以持续在自己的博客中报道。



## 1.7.7 传统媒体，扩大宣传

传统的报纸、杂志、电视、广播等媒体还是拥有广泛的受众，如果能在传统媒体上得到宣传机会就不要放过。

一个网站的成功是需要日积月累的，除了闭门把网站内容、服务做好以外，让网站在各种媒体上多曝光是可以提高知名度的。

在传统媒体上打广告、发软文都是需要费用的，而且价格不低，一般还难以获得与付出对等的回报。

但如果你的网站内容有新闻价值，有炒作热点，传统媒体也会争相报道，这需要根据不同网站的特点来引导了。

## 1.7.8 付费广告，快速见效

除了进行免费宣传工作以外，为了获得更快、更广的宣传，我们也可以采取付费广告的方式来推广自己的网站。



典型的方式是购买 Google AdWords 以及百度竞价排名、阿里妈妈广告等。

以前甚至有人利用 Google AdWords 来做广告吸引流量，然后靠 Google AdSense 赚取广告费，它们之间的差价就是利润，不过后来这种方式被 Google 禁止了。



付费广告只需要注意一点，就是通过付费广告带来的流量能够带来超过支出费用的收入，就可以大胆投入。但如果发现收支无法平衡，可以随时终止。

### 1.7.9 撰写软文，巧妙运用

报刊、杂志、电视甚至电影中都有软广告，同样在网络中也可以巧妙运用“软广告”。

在不弄虚作假的前提下，可以将需要宣传的内容做成不太明显的广告形式，在论坛中经常可以看到类似的帖子。

例如通过一段年轻夫妻之间讨论用钱的对话，暗示出某个品牌的化妆品物美价廉，适合 Office Lady 选用。

### 1.7.10 免费服务，吸引人气

没有什么平台能像互联网这样给大家带来这么多的免费服务，一些互联网的商业帝国都是建立的提供免费服务的基础上。在互联网出现之前，你即使想向潜在用户提供免费服务也很难做得到，因为有物流方面的瓶颈和花费。而当互联网出现后，很多服务可以通过网络本身来提供给用户，例如搜索、邮箱、会员、游戏等，当用户数量足够多的时候，为提供服务投入的资金分摊到每位用户身上是很少的，带来的眼球聚集效应却足够大，这能够让你从其他的方面获得足够的收入。

可以考虑提供的免费服务有以下几个方面。

- 免费数据提供
- 免费邮箱提供
- 免费会员服务
- 免费游戏试玩
- 免费下载文件
- 免费咨询回复

.....

只要是用户希望获得，而网站又能方便提供的，都可以尝试免费。



## 诀窍

本书讨论的主题是通过网站获得 AdSense 收入，而广告收入的多少与页面浏览量成正比，你为网友提供的免费服务越多，你的收入也会越多。

### 1.7.11 建立邮件列表

通过定期发送邮件的方式来告知用户您的网站的最新动态是一个吸引回头浏览者的很好办法，一个维持良好的邮件列表将会为您网站带来长期持续的流量。

不过建立和发送邮件列表有很多需要注意的地方，不要引起用户反感，如下所示。

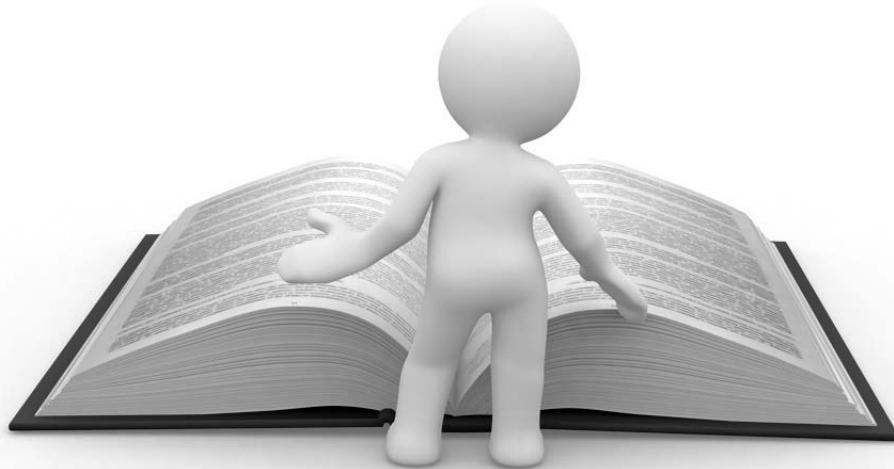
- 不要在未经用户许可的情况下发送邮件，否则会被视为垃圾邮件。
- 用户的订阅和退订邮件操作都要简单易行，不要给用户退订邮件制造障碍。
- 每封邮件的底部都带有邮件列表来源的说明，并给出退订的链接。
- 发送频率不宜过高、过低，也不要波动太大，保持相对固定的发



送周期。

- 邮件列表的内容要经过精挑细选，确保是对用户有用的信息。
- 除了固定周期的内容以外，还可以在少数时候发送额外免费服务、折扣优惠等内容，给用户一个惊喜。

邮件列表说得容易做起来很难，往往是需要多年沉淀，不断耕耘才能真正得到用户认可并获得回报。



## 第 7 章

# 相关资源列表，帮助信息索引

为了方便读者快速找到相关资源，以及今后继续学习提高，本书的最后一章内容收集整理了相关信息，其中包含以下几节，每节中又分了若干小节。

- 社区资源
- 帮助信息
- 优化资源
- 参考书

当读者遇到需要查找资料的时候，可以通过本章内容方便迅速地获得，并且通过提供的本书以外扩展信息，得到更多的帮助和交流。

## 7.1 社区资源

### 7.1.1 AdSense 博客，来自官方的信息

AdSense 中文官方博客由 Google 公司 AdSense 团队维护，是最权威的中文 AdSense 信息来源，包含了 AdSense 方面各种官方消息，该博客的内容分类标签包括以下几项。

- AdSense 政策
- 发布商经验谈
- 付款
- AdSense 服务
- AdSense 产品
- AdSense 优化
- 关于 AdSense 博客
- 新发布商专题
- Google 广告管理系统

AdSense 中文官方博客网址为：

<http://adsense.googlechinablog.com/> (简体)

另外还有不是 AdSense 但与 AdSense 相关的 Google 官方博客：

Google 中文网站管理员博客：<http://www.googlechinawebmaster.com/> (简体)



#### 诀窍

该博客内容可以直接通过 Web 方式访问，也可以用邮件方式订阅新内容，习惯使用 RSS 阅读器的用户还可以订阅 RSS Feed (例如通过 Google Reader)。



### 7.1.2 AdSense 论坛，互相交流的场所

通过论坛与其他发布商进行交流是一个很好的途径，论坛有官方和非官方的，通过官方论坛还可以与 Google AdSense 团队交流，讨论类别包括以下几种。

- 收入与付款
- 政策咨询与账户申诉
- 技术疑难解答
- 站长交流区
- 身份证验证专区
- 电子转账测试专区
- 发布商见面会讨论专区

具体网址如下：

- AdSense 中文官方论坛：

<http://www.google.com/support/forum/p/adsense?hl=zh-CN>

- AdSense 相关的中文非官方论坛：

广告街论坛 Google AdSense：

<http://www.adjie.com/forumdisplay.php?fid=10>

中文 Google 论坛 AdSense：

<http://www.googlebbs.net/list.asp?boardid=52>

落伍者站长交流平台 Google adsense：

<http://www.im286.com/forumdisplay.php?fid=69>

- 与 AdSense 相关的其他 Google 服务官方论坛有如下几项。

Google 网站管理员论坛:

<http://www.google.com/support/forum/p/webmasters?hl=zh-CN>

Google 广告管理系统论坛:

<http://www.google.com/support/forum/p/admanager?hl=zh-CN>



## 诀窍

新加入 AdSense 计划的发布商可以多看一看各个论坛中其他人讨论的内容，这样便于快速了解，自己有问题也可以在论坛中求助。

### 7.1.3 在线研讨会，重要的学习机会

我曾经在上海、武汉、北京几个地方参加过 Google 组织的 AdSense 培训、讲座和峰会，也有专门的 AdSense 客服经理负责沟通，但有时仍然觉得联系不是太多，希望获得更多的培训学习机会。而普通的 AdSense 发布商可能与 AdSense 团队联系的机会更少，主要都是靠自己摸索，其实还有一个很好的学习、沟通方式，就是在线研讨会。

这是 Google AdSense 中国团队为发布商提供的免费学习培训机会，已经举办过的在线研讨课程如下所示。

#### 1. 2009 年 12 月 9 日 (星期三)下午 2:00

注意力效应，内容类网站优化攻略

内容类网站如何根据自身网站布局进行广告优化配置，通过区段代码进行广告匹配度的提升，国内外优质案例分享。

- 内容类网站最佳实施案例
- 区段定位实施及格式设置技巧
- 其他实战广告优化小贴士

#### 2. 2009 年 12 月 23 日 (星期三)下午 2:00



## Google 广告管理系统助您全面提高网站赢利能力

如果您的网站在投放 AdSense 广告的同时也在投放直销广告，内部广告或者其他联盟的广告，那么现在您可以用 Google 广告管理系统来一站式销售、管理、投放和跟踪您所有的广告，此次培训我们将会由 Google 广告管理系统的专家来给大家介绍。

- 用 AdSense 广告来直接补充您的直销广告的空档或者未售出的广告资源
- 在广告管理系统中设置 AdSense
- 启用定位广告
- 运行 AdSense 报告

在线研讨会使用的步骤如下所示。

- 在 AdSense 在线培训网址上选择自己感兴趣的内容，进行预先注册，稍后会收到来自 Google 的确认邮件。
- Google 公司在培训的前一天和当天都会通过邮件或者短信进行提醒，并告诉参加的具体办法、网址、密码等。
- 预定时间提前 20 分钟以上进入相应的培训链接就可以接入会议，注意下载好软件、调试好耳机和麦克风。
- 参与会议期间如果遇到网络效果不好，还可以拨打培训提供的免费 800 或者 400 电话号码来参与。
- 培训完毕事后，Google 一般都会把培训课程制作成可以下载查看的资料，供已经参与者回顾或者没有参加者查看。

在线培训网址为：

[http://www.google.com/adsense/support/bin/answer.py?answer=22045&sou  
rceid=aso&subid=ww-ww-et-resourcestab&medium=link](http://www.google.com/adsense/support/bin/answer.py?answer=22045&sou<br/>rceid=aso&subid=ww-ww-et-resourcestab&medium=link)

另外还有 Google AdManager 也有类似在线培训，网址为：

[http://www.google.com/admanager/login/zh\\_CN/webinars.html](http://www.google.com/admanager/login/zh_CN/webinars.html)

已经进行过的培训资料有以下几个。

- Google 广告管理系统 培训系列一：“挖掘网站广告价值”。
- Google 广告管理系统 培训系列二：“广告投放 ABC”。
- Google 广告管理系统 培训系列三：“闲置资源收益最大化”。
- Google 广告管理系统 培训系列四：“揭秘 Google 广告系统的智能大脑”。
- Google 广告管理系统 培训系列五：“走近 AdSense 智能动态竞价”。



## 诀窍

强烈推荐发布商尽可能参加 Google 提供的在线培训课程，这是非常难得的学习和沟通机会，非常直观和方便！

### 7.1.4 AdSense 日历

AdSense 日历是一个日程表服务，提示发布商周期性的付款计划、系统维护和近期活动。可以将该服务加入到个人自己的日历服务（Google Calendar）中。

[http://www.google.com/calendar/embed?src=adsense-calendar@google.com&hl=zh\\_CN](http://www.google.com/calendar/embed?src=adsense-calendar@google.com&hl=zh_CN)

另外还有一个 AdSense Training Calendar 是用于培训日程提示，网址如下。

<http://www.google.com/calendar/embed?height=600&wkst=1&bgcolor=%23FFFFFF&src=7eq4cvd6goavvs5ae8btmo3aq%40group.calendar.google.com&color=%23A32929&ctz=Asia%2FShanghai>



## 7.2 查找帮助信息

---

### 7.2.1 帮助中心

Google AdSense 官方帮助中心是发布商得到支持的必看内容，网址为：

<http://www.google.com/adsense/support/>

包括以下几个部分。

- AdSense 基础知识
- 我的账户
- 将 AdSense 添加到我的网站
- 定制我的广告
- 产品与功能
- 报告与收入
- 付款



帮助中心集中了几乎所有发布商需要的信息，新手应该全部认真查看一遍。

### 7.2.2 演示材料与指南

Google 公司为 AdSense 发布商准备了充分的在线演示材料及指南，具体请查看以下网址：

<http://www.google.com/adsense/support/bin/answer.py?answer=34028>

网页中包括以下一些内容。

## 1. 使用入门

了解如何使用 Google AdSense。下列书面材料和多媒体教程介绍了如何建立并启动 AdSense 账户的基础知识。

- **新发布商在线教程**（仅提供英文版，需要 Macromedia Flash）：帮助您尽快掌握 AdSense 产品的使用流程和各项功能。
- **Generating Ad Code Video**
- **Managing Ads Video**
- **快速入门：**介绍注册和快速启动账户的基础知识的书面指南。所涉及的主题包括登录账户、生成广告代码以及实施广告代码的技巧。
- **启动演示**（仅提供英文版，需要 Macromedia Flash）：了解如何以及在何处粘贴广告代码，并在网站上发布广告。如何随后使用您自己的网络编辑器、免费注册 Blogger 或 Google Page Creator 网页，在几分钟内开始展示广告。
- **广告代码演示帮助**（仅提供英文版，需要 Macromedia Flash）：引导您逐步将广告代码添加到网站，包括如何使用两种常见的 HTML 编辑器来实施代码。另外，了解如何解决可能遇到的基本广告代码问题。

## 2. 付款

通过下列资源了解 Google 的付款系统，并查找关于一般付款问题的答案。

- **付款：**熟悉付款系统的工作方式。包括有关付款时间、账户效果以及如何设置暂停付款等方面的信息。
- **付款演示简介**（提供英语、法语、德语、意大利语、波兰语和西班牙语版本；需要 Macromedia Flash）：了解可用的付款方式并学习从点击广告到账户进账的 AdSense 付款过程！



- **付款计划演示**（仅提供英文版，需要 Macromedia Flash）：了解处理付款、将付款送达或汇入银行账户的时间安排。此外，还概述了重新发放已重新记入账户的收入的过程。

### 3. 疑难解答向导

使用以下自助教程可解决已实施广告代码或竞争性广告过滤器的新发布商所遇到的常见问题。

- **广告和搜索疑难解答：**如果您的网站上没有显示广告或搜索框，或者在显示不相关的广告或公益广告（PSA），本疑难解答工具可助您一臂之力。通过一系列“是/否”快答问题，我们会找到症结所在并帮助您解决问题。

### 4. 高级功能与优化

通过以下书面材料和多媒体教程，除了更详细地了解一些高级功能，还可学习关于优化 Google 广告效果的实用建议。

- **优化演示**（仅提供英文版，需要 Macromedia Flash）：了解广告的大小和展示位置能如何帮助您最大限度地提高 AdSense 的收入。此演示材料也对渠道做了说明，并考察了三个成功的 AdSense 发布商及其运作方法。
- **成功案例：**读一读最成功发布商的成功案例，看他们如何使用 Google AdSense 实现网站和业务的增长。
- **优化建议：**通过优化 Google 广告的效果来最大限度地提高收入的建议。
- **竞争性广告过滤器：**有关如何在网站上阻止特定广告展示的信息。包括如何设置竞争性广告过滤器、使用预览工具以及有效拦截竞争对手网址的技巧。
- **替代广告：**了解如何最有效地利用广告空间。内容涵盖指定颜色、图片、HTML 页面或当 Google 广告无法使用时折叠广告单元。

- **利用渠道进行优化:** 引导您逐步创建 URL 渠道和自定义渠道，着重介绍如何最有效地利用渠道对网页进行跟踪并优化广告的效果。



## 诀窍

Google 公司提供的演示材料能帮助发布商直观了解相关信息，值得在线观看或者下载保存。

### 7.2.3 疑难解答向导

Google 为解决已经实施代码的新发布商面临的常见问题，推出了 AdSense 问题排查工具，网址为：

<http://www.google.com/adsense/support/bin/answer.py?answer=63485>

这里主要涉及以下两种广告。

- AdSense 内容广告（Google 广告）
- AdSense 搜索广告（搜索框）

通过一步步的回答系统的提示，系统会给出故障原因及解决办法。

## 7.3 优化资源

---

### 7.3.1 优化技巧

Google 官方支持中心包含了优化技巧方面的内容，网址为：

<http://www.google.com/adsense/support/bin/static.py?page=tips.html>

内容包含如下几项。



## 1. 开始使用：优化要点

- 用渠道测试您的成功程度。
- 创建报告模板，简化程序并节省时间。

## 2. 设计成功的广告

- 我应该使用哪种广告格式？
- 哪些调色板最成功？
- 图片广告可增强多样性和竞争力。

## 3. 透析广告的位置

- 我应该将 Google 广告放在网页的何处？
- 用多个广告单元最大化广告空间。

## 4. 针对特殊网站的广告策略

- 使 AdSense 与论坛相称。
- “博”而广之——优化博客中的广告。

## 5. 广告单元之外的想法

- 链接单元有助于您最大限度地利用有限的空间。
- AdSense 搜索广告——为您的网站设置自定义搜索。
- 利用其他 Google 产品获得最大成功。

## 6. 巧妙地使用特色

- 保持较小的过滤列表。
- 通过区段定位突出重要内容。



### 诀窍

Google 公司官方提供的 AdSense 优化办法很简单、清晰，关键是发布商在自己的网站上不断尝试、运用才能收到效果。

## 7.3.2 成功案例

AdSense 帮助中心提供了一些成功案例，网址为：

[http://www.google.com/adsense/static/zh\\_CN/Success.html](http://www.google.com/adsense/static/zh_CN/Success.html)

目前网站上主要是几个国外网站运用 AdSense 提高广告收入的案例。

## 7.3.3 发布商工具

AdSense 帮助中心还提供了一系列发布商工具，让发布商将主要精力集中在内容制作方面，而 Google 公司提供网站分析、提高访问量等工具，网址为：

[http://www.google.com/adsense/static/zh\\_CN/Publishertools.html](http://www.google.com/adsense/static/zh_CN/Publishertools.html)

包括以下几项工具。

### 1. 提高网站的访问量

- **通过 Google Sitemaps 帮助人们找到您更多的网页。** Google Sitemaps 是帮助改善您的网站在 Google 索引中的覆盖面的一种便捷方法。这是一个能够让您直接与 Google 交流的协助式抓取系统。您可以向 Google 提供有关您所有网页的具体信息，如网页的最新修改时间或网页的更改频率，从而获得更为智能的抓取。
- **使用 Google Analytics Web 分析了解访问量趋势。** 您可以简便地访问直观的图表，准确显示您的网站所发生的任何变化。您可以精确地确定您的网站上的哪些链接和网页颇受读者青睐，以及哪些链接和网页不受用户欢迎。或者，您可以精确地了解您网站的读者来自哪个网站、国家/地区、州/省和城市。
- **通过 Google AdWords 提高网站的访问量。** 通过 Google AdWords，



您可以自行制作广告，选择关键字，并帮助我们将您的广告与您的受众匹配。收费原则是点击付费，不点击不付费。也就是说，只有当您的广告产生效果后，您才需要付费。

- **使用“添加到 Google”按钮及时通知读者您的内容更新。** Google 的个性化主页 iGoogle 拥有数百万的用户。使用“添加到 Google”按钮，您的读者可以轻松将您的供稿或小工具添加到他们的 iGoogle 页面，提醒他们每次访问 iGoogle 时都返回浏览您的网站。您只需填写一些基本信息，然后将一小段 HTML 代码插入您的网站就可以了。

## 2. 在网站上添加互动功能和社区

- **通过 Blogger 与读者互动。** 使用博客轻松地向读者提供新闻、照片和视频，并鼓励用户通过用户评论来进行反馈和互动。
- **利用 Google 企业应用套件让您的组织更加有效地协作。** 使用 Google 企业应用套件，您和同事可以利用 Google 极富创新的沟通和协作应用程序来节省 IT 成本和提高工作效率。Google 企业应用套件包括自有品牌的 Gmail、Google 日历、Google 文档、Google Talk 以及初始页等，您可以使用自己的品牌和内容对其进行自定义。而且，这些服务全部由 Google 托管，因此，您无需安装或维护任何硬件或软件。
- **使用 Google 文档共享文档和电子表格。** 即便位于不同的位置，您和您的同事也可以展开实时协作，并且所有人始终都可以看到最新的版本。AdSense 发布商可以使用 Google 文档创建和共享网站内容、编辑 HTML 或文本格式的网页模型，或者管理营销计划、合同、建议方案和预算。
- **通过 Google 网上论坛与您的成员进行合作。** 创建可自定义的论坛与您的成员共同制作网页，上传并共享文档（包括图片），建立电子邮件列表，还能一起讨论。

### 3. 利用 AdSense 的其他功能获取更多收益

- **透过推荐链接、宣传 AdSense 以及 Firefox 并获得更多收益。** 将推荐按钮加入您网站，您可以把实用的产品，例如 AdSense 和 Firefox 介绍给用户，同时您也可以为自己创造更多收益。您如果不是 AdSense 发布商，您需要先申请才可使用推荐链接。
- **利用 AdSense for search 结合 Google 搜索以及 AdSense。** 将 Google 搜索框加入您网站不但可以让您获利于更多网页，您同时也可为您的用户提供更好的网站体验。访客因为可以直接从您的网站上进行搜寻，会在您网站上逗留更长时间。而且，因为 AdSense 会在搜索结果页面上显示相关的广告，您也可以透过 Google 搜索框赚取更多利润。您如果不是 AdSense 发布商，您需要先申请才能使用 AdSense for search。



#### 提醒

部分 Google 提供的互动功能在中国大陆地区有可能无法访问。目前 AdSense、Firefox 等推介广告在中国大陆地区暂停。

#### 7.3.4 网站管理员中心

帮助发布商详细了解 Google 如何抓取网站并为其编制索引。

网址为：

<http://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=zh-cn>

这个工具本书在前面的章节中已经介绍过。



## 7.4 参考资料

---

### 7.4.1 合作规范

AdSense 发布商必须遵守 Google 公司的合作规范，在 AdSense 帮助中心的网址为：

<http://www.google.com/adsense/support/bin/answer.py?answer=48182>

这个合作规范内容比较长，就不在本书中摘录了，但建议每位加入 AdSense 的网站负责人都详细查看并了解。



#### 提醒

加入 AdSense 计划就必须严格遵守 Google 公司的相关规定，任何作弊都是短视、自杀性的行为。

### 7.4.2 网站管理员指南

AdSense 帮助中心有指向网站管理员中心帮助内容的链接，网址为：

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35769>

这其中包含以下几项主要内容。

- 设计与内容指南
- 技术指南
- 质量指南

这些内容对于网站管理员来说很有用、也很是基础的，即使不加入 AdSense 广告的网站也有必要了解、采用。

## 7.4.3 广告格式

查看所有的广告格式，包括文字、图片、视频、链接单元、推介按钮及主题单元，网址为：

[http://www.google.com/adsense/static/zh\\_CN/AdFormats.html](http://www.google.com/adsense/static/zh_CN/AdFormats.html)

## 7.4.4 条款（即在线合同）

参与 Google AdSense Online（在线）计划即表示您接受这些条款，有各种语言的条款版本，因为内容比较长就不在本书中摘录，请留意仔细查看，网址为：

<http://www.google.com/adsense/localized-terms>

虽然这些内容看起来虽然比较烦琐，但对于希望严肃对待 Google AdSense 的发布商来说，都有必要全面仔细阅读，理解其中含义，在以后的网站运作中注意符合要求。

## 7.4.5 隐私权政策

Google 公司的隐私权中心网址为：

<http://www.google.com/intl/zh-CN/privacy.html>

国外的公司相对来说比国内的公司更注重隐私权问题，Google 告诉网民在使用其产品和服务中会有哪些信息会被收集、为什么要收集这些信息，以及如何使用这些信息来改进服务体验。



## 7.4.6 词汇表

AdSense 帮助中心有一个词汇表，网址为：

<http://www.google.com/adsense/support/bin/topic.py?topic=8526>

包含了以下内容，本书作者对其中部分内容进行了补充：

- **AdSense 单元**

AdSense 单元是一个保存的广告单元，其中包含您在账户中自定义的一组特定广告设置。创建 AdSense 单元并将该单元的代码粘贴到网页后，您可以在账户中更新 AdSense 单元设置，随后即可看到显示该 AdSense 单元代码的所有网页都发生变化。

- **AdWords 投放渠道首选项**

AdWords 广告客户所选择的投放渠道首选项表示是否选择在 Google 联网中的搜索网站、内容网站或者 Google 相关产品上展示自己的广告。并不是所有的 Google 广告都会出现在 AdSense 网页上。

- **API**

应用程序编程界面 (API) 是可供计算机应用程序或系统用来访问一系列第三方功能或程序的界面。更具体地讲，AdSense API 是一项免费服务（测试版），可以让网站开发人员将 AdSense 集成到自己的网站产品或服务中。

目前只能以英语提供 AdSense API 支持。有关详细信息，请访问 [http://code.google.com/apis/adsense/。](http://code.google.com/apis/adsense/)

- **Blogger**

Blogger 是一款网络工具，利用它，用户可以快速简单地在 Weblog 或“博客”中创建和发布内容。

- **Cookie**

对于互联网，Cookie 是下载到用户计算机中的小文本文件，可用来存储用户信息和首选项。许多网站利用 Cookie 为对网站的重复访问功能进行自定义和改进。

- **Google AdSense**

网站发布商能够借助于 AdSense 计划，投放与读者在网页上所阅读内容相关的 Google 广告，提高网站获得收入的潜力。

- **Google AdSense 个人识别码申请过程**

- **什么是个人识别码？**

为了能够获得 AdSense 账户的付款，所有发布商都需要输入个人识别码。该号码打印在 4.5 英寸×6 英寸（11.4 厘米×15.2 厘米）的白色明信片上，并通过平邮方式邮递。要查看个人识别码邮件的外观，请访问“个人识别码邮件的外观如何”。

- **为什么需要个人识别码？**

为了确认您的联系信息是否正确，并确保您能够收到付款，个人识别码必不可少。

- **我何时会收到个人识别码？**

在您的账户余额首次达到验证最低限额后的几天内，我们会打印您的个人识别码，并通过平邮方式邮寄给您。该号码通常在 2 周至 4 周内寄达，但根据您所在的位置也可能需要更长时间。

- **我应在多长时间之内输入个人识别码？**

从最初发放个人识别码之日起，您有 6 个月的时间来输入该号码。如果您在 4 个月内没有输入该号码，我们将用免费的公益广告替代您网站的付费广告。如果 6 个月内您仍未输入验证码，您的账户将被停用，未支付给您的收入也将退还给相应的广告客户。

- **如果没有收到个人识别码该怎么办？**

如果您没有收到第一个个人识别码，还可以再申请两个替代



号码。有关申请新号码的说明，请访问“如何申请新的个人识别码”。

如果在 90 天内，您已经申请完了 3 个个人识别码，但一个也没有收到，则请登录到您的账户。您会在报告概述页上看到相应的说明，提示您接下来该怎么办。

- **Google AdSense 搜索广告**

AdSense 搜索广告是 Google AdSense 的功能之一，让您可以在自己的网站上直接为用户提供 Google 搜索。您可以查看用户利用您的搜索框执行的热门查询，并且，在用户点击搜索结果页上的广告时，您还会获得收入。

- **Google AdWords**

Google 推出的基于每次点击费用定价的广告计划。

- **Google Analytics（分析）**

Google Analytics（分析）是 Google 的网站分析产品，可以为网站所有者提供关于访问者如何找到其网站以及如何与网站进行交互的信息。要了解有关 Google Analytics（分析）的详情，请访问 Google Analytics（分析）帮助中心。

现在，发布商可以将自己的 AdSense 账户和 Google Analytics（分析）账户关联起来，以便获取更详细的报告。要了解有关整合账户的详情，请访问帮助中心的 Google Analytics（分析）账户中的 AdSense 报告部分。

- **Google 账户**

Google 账户可以作为 Google 主登录账户，它是由单个电子邮件地址和密码组成的。Google 账户支持中心提供了有关 Google 账户的详细信息。

- **Google 广告联盟网络**

Google AdWords 广告可在 Google 以及 Google 广告联盟网络中展示。该联盟网络包括以下网站和产品。

- **搜索网络网站:** America Online、CompuServe、Netscape、AT&T Worldnet、EarthLink、Sympatico 等。
- **内容联盟网络网站:** New York Post Online Edition、Mac Publishing（包括 Macworld.com、JavaWorld、LinuxWorld）、HowStuffWorks 等。
- **来自 DoubleClick Ad Exchange 发布商的广告资源。**
- **HTML**

文本标记语言 (HTML) 是用来制作网页的编码语言。要参与 AdSense 计划，您需要能够访问您网页的 HTML 代码。
- **Iframe**

Iframe 是网站设计中使用的一种 HTML 标记，可以将某个网页展示在其他网页内的框架中。
- **IP 地址**

每一台接入互联网的计算机都分配有一个唯一编号，称作互联网协议 (IP) 地址。由于这些编号通常按国家/地区进行分配，因此，IP 地址常用于识别接入互联网的计算机所在的国家/地区。
- **JavaScript**

JavaScript 是常用于网页中的脚本语言。用来向您的网站加入 Google 广告的广告代码即采用 JavaScript 编写，您需要在浏览器中启用 JavaScript，才能查看网站上的 Google 广告。
- **Orkut**

Orkut 是 Google 运营的社交和讨论网站。有关 Orkut 的详情，请访问 Orkut 帮助中心。
- **URL 渠道**

URL 渠道是一款工具，您可利用它查看特定域上的广告效果的更详细报告。Google 的利用渠道进行优化指南就如何有效地使用 URL 渠道提供了完善而详细的说明。
- **AdSense for feeds**



AdSense for feeds 可让网络发布商通过在其供稿中投放针对性较强的 Google 广告来获得收入。与其他 AdSense 计划一样，AdSense for feeds 通过提供与您的内容和读者相关的广告来为您服务。

同时，与其他 AdSense 广告一样，供稿广告可以通过两种方式获得收入：点击次数或展示次数。供稿广告的定位方式也有以下两种。

- 针对您供稿的内容进行内容相关定位。
- 在您设置广告展示位置时，可由广告商定位于您的特定供稿。
- 您可对 Google 广告在您供稿中出现的频率、外观和位置加以控制。广告的大小会根据您供稿的显示位置自动确定。
- 已经有供稿了吗？了解如何开始使用 AdSense for feeds。不熟悉供稿？可以先了解什么是供稿。

## ● AdSense 域名广告

通过 AdSense 域名广告，拥有未使用域名的发布商可以在其域名上显示内容，以便帮助用户获取相关信息。

用户经常会在地址栏中输入域名或访问过期链接，然后被带到没有任何内容的网站。凭借 AdSense 域名广告，用户可以看到链接、搜索结果、广告以及其他内容，而不再是“正在建设中”页面或 404 错误。为实现这个效果，Google 使用了专门针对域名进行定位的语义技术。当用户与您网站上的广告进行互动时，您就会获得收益。

如果您的网站已经包含有内容（如文章、评论、论坛、博客帖子或其他文字），则 AdSense 内容广告更适合您的网站。如果是某个网页还没有任何内容，则您可以使用 AdSense 域名广告来为您的用户提供便利。要开始使用 AdSense 域名广告，请阅读 Google 的设置说明；您也可以在 Google 的 AdSense 帮助论坛中进行搜索或浏览，以便了解相关详情。

## ● AdSense 移动广告

凭借 AdSense 移动广告，发布商可以利用有针对性的 Google 广告通过自己的移动服务网页获取收益。与 AdSense 内容广告一样，使用 AdSense 移动广告时，Google 会根据发布商网站（在此情况下即为您的移动服务网站）的内容来提供广告。每当访问您的移动服务网站的用户点击广告时，您就会获得收入。

对于移动服务网站，AdSense 会自动检测对其进行浏览的手机类型，然后投放与之相匹配的广告。例如，如果用户通过 iPhone 浏览您的网站，Google 就会投放专门针对高端手机设计的广告。

如果您已经是 AdSense 发布商，并希望在自己的移动服务网站上投放广告，请参阅获取移动广告代码的方法。如果您还不是 AdSense 发布商，请先注册。

## ● 广告查看中心

“广告查看中心”是您的账户中的一种工具。借助此工具，您可以查看可能会在您网页上展示的展示位置定位广告。如果您想要更好地了解和控制投放到自己网站上的展示位置定位广告，则该工具正好可以满足您的需求。您可以允许或拒绝特定的广告组和广告客户，也可以按类型（即文字广告或图片广告）过滤广告。

如果您选择在“广告查看中心”内拒登广告，则需要提供拒绝广告组或广告客户的理由。

详细了解如何选择加入“广告查看中心”，您可以选择哪些广告查看选项，以及您在“广告查看中心”内所做的选择对您的收入有何影响。

## ● 有效每千次展示费用

有效每千次展示费用也称为有效 CPM 或 eCPM，是广告计划中常用的数字。利用它，您可以通过对比不同网页和网站的收入来跟踪您的广告效果。从本质上讲，有效 CPM 表示您收到的每一千次展示的估算收入。然后，可以将此数字同其他广告形式的收入进行比较，这类比较不能使用“每次点击费用”等直接可比数字。



有效 CPM 并不表示您的收入，而是您的收入除以网页展示次数后乘以 1000 所得的数字。例如，您通过 25 次网页展示所获得的收入为 \$0.15 美元，则您的 eCPM 为  $(\$0.15/25)*1000$ ，即 \$6.00 美元。如果您通过 45,000 次网页展示获得的收入为 \$180 美元，则您的有效 CPM 为  $(\$180/45,000)*1000$ ，即 \$4.00 美元。该信息还可以用来比较各个渠道的收入——这些渠道的点击量差异可能非常大，而计算出每千次展示的收入后，很容易就可看出哪些渠道效果更好。在上例中，可以认为获得 25 次网页展示的网站或渠道效果更好，因为其 eCPM 比较高。

- **付款**

“付款历史”页上“付款”列中显示的金额代表 Google 通过支票或电子转账方式向您发送的付款。您可以点击任意付款对应的“详情”链接，了解有关相应付款的日期、金额等额外信息，以及跟踪信息和汇率（如果适用）。

- **公益广告**

公益广告是当服务器找不到有针对性的广告或者 Google 无法收集网页内容时投放到网页的非赢利组织广告。发布商不能从公益广告的点击次数中获得收入。

- **内容相关广告**

Google 利用屡获殊荣的搜索技术在 Google 联网中(包括 AdSense 网站)网站的内容网页和产品上投放相关的广告。借助于 Google 对搜索索引中数十亿网页的内容的理解以及网页抓取能力，Google 的技术可以明确哪些关键字能够将用户引至相关网页。然后，Google 根据这些关键字对广告与网页进行匹配。

- **区段定位**

利用 Google 的区段定位功能，您可以突出特定区段的 HTML 和文本内容，以让 Google 的抓取工具进行强调或忽略，从而改进您的广告定位。

- **发布商**

经过审核并被批准参加 AdSense 计划的参与者，在所运行网站的一张或多张网页上添加了广告代码。

- **可通过电子邮件发送的报告**

可通过电子邮件发送的报告是一种已保存报告模板，您可以使用账户中的报告管理页设置日程，让报告通过电子邮件发送给您。

- **图片广告**

图片广告即以 7 种广告格式提供的图形广告。您可以在广告格式页查看图片广告的示例。

- **地理定位**

AdWords 广告客户可以选择针对特定的地区和不同的语言投放自己的广告。由此，在 AdSense 网站上投放的 AdWords 广告将取决于广告客户的地理定位和用户的设置。

- **多媒体广告**

包括所有基于图片的广告，例如横幅广告、富媒体广告以及视频广告。要想在网页上展示多媒体广告，您必须为自己的广告空间选择显示图片广告。

- **客户端软件**

客户端软件用于访问互联网或者更好地使用互联网并且安装在用户机器上的任何软件应用程序，如浏览器、电子邮件客户端以及互联网消息传递程序等。其中经常有隐蔽下载的软件或者干扰其他应用程序的软件。

- **展示位置定位**

广告客户可以使用此功能将广告定位到要投放广告的 AdSense 网络中的单个展示位置。广告展示位置可以是整个网站，也可以是相应网站内特定的广告单元组合，如仅为体育网页上的广告单元或网页顶部的所有广告单元。

- **账户创建**



如果您对此计划的申请获得批准，则 Google 会为您创建 AdSense 账户。然后，您就能够登录并启动此账户了。

- **账户启动**

您提交了 AdSense 申请并确认了您的电子邮件地址后，AdSense 小组会在一两天之内评估您的申请，并向您发送一封是否批准申请的电子邮件。如果您获准参与此计划，就可以登录到自己的新账户，并将 AdSense 广告代码复制并粘贴到网页中，从而开始投放广告。此操作会启动您的 AdSense 账户。

- **账户电子邮件**

您用来登录 AdSense 账户的电子邮件地址，Google 会将所有发送给您的关于 AdSense 的邮件发送到该地址。

- **账户类型**

通常，如果您的企业有 20 名或更多员工，则应申请企业账户。个人发布商或企业员工少于 20 名的，则应注册个人账户。个人账户与企业账户在服务或付款结构方面没有任何差别。企业账户的付款将支付到公司名下，而个人账户的付款则是支付到账户持有者的收款人名下。

- **广告单元**

广告单元由一段 AdSense 广告代码所显示的一组广告。

- **广告单元展示**

每当用户浏览您的网页上的广告单元时，就会生成广告单元展示。例如，如果您的某张网页上展示了三个广告单元，该网页被浏览了两次，则您会获得六次广告单元展示和两次网页展示。

- **广告展示次数**

只要有单个广告展示在您的网站上，就报告为一次广告展示。显示的广告数量因广告格式而异；例如，竖幅广告在您的网站上每显示一次，报告就会生成两次广告展示次数。另外请注意，根据广告单元中显示的是标准文字广告、扩展文字广告还是图片广告，

广告单元中的广告数量可能不同。

- **广告布局**

广告布局是指广告在发布商网站上的显示方式。您可以选择与自己网站最匹配的格式。例如，横幅广告布局可以横跨整个网页在水平方向上最多显示两个广告，而摩天大楼广告布局可以在竖直方向上最多显示四个广告。

- **广告布局代码（AdSense 广告代码）**

由经营已获准网站的发布商在此网站任意网页上添加的 HTML 代码，能够以特定的广告布局格式在此网页上显示广告。

- **广告排名**

一个广告在网页上的排名由它的最高每次点击费用（价格）和点击率（效果）共同决定。

- **广告软件**

广告软件是指在用户不知情的情况下通过他们的互联网连接设备来收集用户信息的软件。此信息通常用于通过弹出式窗口或其他方式显示广告。与广告软件有关系的网站不允许运行 AdSense 广告代码。

- **恶意域名抢注**

此类网站不允许运行 AdSense 广告代码。域名抢注是指对域名的使用带有不良企图，要从他人商标的商誉中获利。蓄意错误拼写 (Typosquatting) 是域名抢注的一种形式——有一定数量的互联网用户在网上浏览时会拼错某个网址的名称，而“蓄意错误拼写”这种行为依赖的正是这个概率。

- **抓取工具**

抓取工具又称为 Spider 或 Bot，是 Google 用于对网页内容进行处理和编制索引的软件。AdSense 抓取工具会通过访问您的网站来确定其内容，从而提供相关的广告。

- **报告模板**



报告模板是一种高级报告，其中包含您为了便于今后快速访问而命名并保存的设置。已保存报告模板将显示在“概述”页上，只需点击一下即可访问。所有报告模板都可通过电子邮件发送给您。

- **收入**

AdSense 收入是您从所有 AdSense 产品获得的收入，其中包括 Google 广告的用户点击次数/展示次数以及成功的推介转换的收入。

- **收入份额**

各个 AdSense 发布商会获得广告客户对其广告的用户点击次数或展示次数所付费用的某一百分比的数额，该百分数称为收入份额。Google 不能透露 AdSense 的收入份额。

- **无效点击或展示**

无效点击或展示是通过 Google 所禁止的方式所产生，目的是想人为地增加发布商账户上的点击或展示次数的点击与网页展示。

Google 使用自己的专有技术分析所有广告点击与展示次数，以确定是否发生了任何无效点击行为，防止人为地增加广告客户的点击次数或发布商的收益。被 Google 判为无效的点击不会算入您的收益里。

- **显示网址**

它是广告中显示的网址，目的是便于用户了解广告客户的网站。

- **替代广告**

替代广告可以在 Google 不能向您的网页投放相关广告的情况下，保证您依然能够通过广告空间获得收入。通过指定图像或者所选广告服务器，可以确保广告空间始终得到有效的利用——要么用于投放有针对性的 AdSense 广告，要么用于投放您自己选择的内容。如果指定了替代广告，当您的网页没有可用的相关广告时，就会展示替代广告。这时，广告空间不会被标记为“Google 提供的广告”。

- **月末余额**

“付款历史”页会在每个月末显示您 AdSense 账户中的余额。此金额反映的是在相应月末时的已确认收入。如果您账户的月末余额大于 \$100 美元，并且账户中没有保留付款，Google 就会安排在下个月向您付款。

- **有效每千次展示费用**

有效每千次展示费用可以用于比较通过不同渠道及广告计划获得的收入。从本质上讲，有效每千次展示费用体现的是您每获得一千次展示大致可以产生的收入。

有效每千次展示费用并不表示您的实际收入，而是通过您的估算收入除以网页展示次数后乘以 1000 所得的数字。举例来说，如果您通过 25 次网页展示获得了约为 0.15 美元的收入，则网页有效每千次展示费用为  $(0.15/25)*1000$ ，即 6 美元。如果您通过 45000 次广告展示获得了约为 180 美元的收入，您的广告有效每千次展示费用为  $(180/45000)*1000$ ，即 4 美元。

- **有效邮寄地址**

有效邮寄地址是完整的实际地址。参与 AdSense 需要提供有效邮寄地址，以接收个人识别号码 (PIN)。

- **框架**

网页可以带有框架，从而将一张网页划分成采用独立 HTML 代码的多个部分。放置 AdSense 广告代码的框架应该包含您希望据以定位广告的文本内容。

- **每千次展示费用 (CPM)**

CPM 是广告客户在其广告得到 1000 次浏览并获得展示次数记录时为之支付的金额。

- **每次点击费用**

每次点击费用是每次用户点击广告时其所属广告客户要支付的费用。Google AdWords 拥有一个以每次点击费用为依据的定价系统。



- **浏览器缓存**

浏览器缓存是您的互联网活动（包括图片、声音和下载内容）的临时记录，暂时存储在计算机中的某个文件内。清除缓存后，可以更简单或更快速地访问某些 AdSense 功能。

- **渠道**

发布商为生成报告而指定的一组网页。发布商可以建立渠道，以便跨网页、网站和域跟踪具体数据。

- **激励措施**

网页中不能包含任何激励用户点击广告的措施。这些措施包括鼓励用户点击广告或访问广告客户的网站，以及采用任何不恰当的方式引起用户对广告的注意。有关更多详细信息，请查看 Google 的计划政策。

- **热门查询**

AdSense 搜索广告发布商可以查看用户使用其 AdSense 搜索广告框搜索的最热门的 25 个字词。只有执行过一次以上的查询才会显示。

- **电子转账**

电子转账 (EFT) 是将您的 AdSense 收入直接存入您的银行账户的付款方式。许多地点的用户都可以采用这种方式接收付款。

- **登录信息**

AdSense 登录信息指账户电子邮件。它是您用来登录 Google AdSense 账户的电子邮件地址。

- **目标网址**

目标网址是指广告所链接到的网址。当用户通过点击广告访问广告客户的网站时，他们将看到此网页。如果您希望将某个网址添加到自己的网址过滤列表，以阻止此广告客户的广告出现在您的网站上，则需要知道此网址。

- **竞争性广告**

竞争性广告指网站上模仿 Google 文字广告或看来与 Google 文字广告相关的以网页内容定位的广告或文字广告。根据 AdSense 计划政策中的规定，竞争性广告不得与 Google 广告展示在同一个网页或网站上。不过，Google 允许联属链接及文字数量有限的链接。

- **编辑指南**

所有 AdWords 广告客户如果要在 Google 上以及不断扩大的 Google 联网中的搜索网站、内容网站或者 Google 相关产品上投放 AdWords 广告，就一定要遵循这些指南。

- **网址**

统一资源定位地址常称为“网址”(URL)，是网页或文件在互联网上的地址或位置。例如，Google 的网址为 <http://www.google.cn>。

- **网址过滤列表**

AdSense 发布商在自己的账户中创建并存储的列表，用于防止在自己的网站上投放来自某些网址的广告。在发布商将某个网址添加到此列表后，此网站列表的广告就不会投放到发布商的网站上。

- **网页展示次数**

每当用户浏览展示了 Google 广告的网页时，就会生成一次网页展示。不考虑网页上展示的广告数量，Google 仅计为一次网页展示。例如，如果您在某张网页上展示了三个广告单元，该网页被浏览了两次，则您会获得两次网页展示和六次广告单元展示。

- **自定义渠道**

自定义渠道是一款工具，您可利用它查看有关特定页面和广告单元效果的更详细的报告。Google 的利用渠道进行优化指南就如何有效地使用自定义渠道提供了完善而详细的说明。

- **调整项**

您的收入可能会包含因多种原因而产生的借记项或贷记项，所有此类项目都会在“付款历史”页上列出。可能的调整项包括：

➤ **AdSense 搜索广告费用：**正如 Google AdSense 条款所述，您



的 AdSense 搜索广告收入可能会与相关费用相抵。只有少数发布商会出现这种情况。

- **支票费用：**与特殊的支票递送方式或停止付款申请相关的费用。
- **无效点击：**如果 Google 发现无效点击次数，则发布商不会获得这些点击次数的付款。如果目前已显示在您报告中的点击被认定为无效，Google 会调整相关收入，并向广告客户退还费用。
- **条款更新**（适用于俄罗斯、以色列、土耳其、沙特阿拉伯、埃及的发布商）：因与您签约的实体由 Google Inc. 更改为 Google Ireland Limited，需要更新条款而应用的借记项或贷记项。这个变化需要对您的账户进行一定的内部会计修改，但它不会影响您的整体账户余额。
- **其他：**包括无法归入其他类别的借记项或贷记项，如与收入转账或安全快递相关的费用。如条款的“付款”部分所述，此类别偶尔还可能会加入对拖欠付款的广告客户的收入进行的扣款。

#### ● 调色板

AdSense 为发布商提供的对出现在自己网站上的广告颜色进行自定义的功能。调色板有助于您确保广告的文字、背景以及边框颜色能够与网站的外观相配。为了增强多样性和新颖性，您甚至可以选择每次轮流使用最多 4 个不同的调色板。

#### ● 链接单元

链接单元是一种广告格式，可显示一系列与某网页内容相关的链接。用户点击链接后，便进入一个相关广告的网页。在 Google 的广告格式页，您可以查看所有可用链接单元格式的示例。

#### ● 链接展示次数

在链接单元报告中，链接单元被浏览的次数，无论链接是否被点击。

- **链接有效每千次展示费用**

每千次链接单元展示费用（收入与链接单元展示次数之比乘以 1000）链接有效每千次展示费用类似于标准有效每千次展示费用统计信息，从本质上说，它大概反映了向用户展示每千个链接您所赚取的收入。

- **链接点击次数**

链接单元中链接的点击次数。

- **链接点击率**

链接点击次数与链接展示次数之比。

- **预览工具**

Google AdSense 预览工具是一个针对 Windows 用户的工具，利用它可以预览展示在任意一个网页的广告。您可以查看要添加到过滤列表的广告的目标网址，查看位于其他地区的用户会看到的广告，或者查看不同广告格式和颜色的示例。

以上与 AdSense 相关的词汇表都放置在本书的配套网站 <http://www.adsensebook.cn/> 中，并会进行后续的补充和完善。

# 后记

本书从 2009 年 11 月与出版社联系，12 月份开始撰写，到 2010 年 3 月交稿，这段时间可以说是中国互联网发展史上一个异常变化的阶段。我在互联网正式进入中国之前就曾经开办过拨号的 CFido BBS，这 10 多年来国家对于网络信息传播也曾经进行过管制、规范，但从来没有像近三个月这样密集出台严格管理措施，其中包括但不限于以下一些措施：

- 多次曝光低俗网站
- 整治搜索引擎涉黄
- 关闭 BT 下载网站
- 提高视频网站准入
- 严格执行备案制度
- 严控 BBS 专项备案
- 禁止个人注册 cn 域名
- 各地机房清查服务器
- 打击涉黄手机网站
- 刑事拘留典型违法站长
- 最高人民法院、最高人民检察院出台司法解释

我所在单位的网站也受到相关部门的反复检查和严格要求，以至于在网站中删除大量以前的内容，以后添加新信息时也异常小心翼翼。而网络上广大中

小网站的站长更是抱怨连天，很多网站都已经被关闭或者迁移到国外，而赖以生存的广告收入则大幅减少。

虽然我的网站也受到严格管制，刚开始也是抱怨，但想想这是中国当下国情决定的，任何个人和组织的网站都无法避免，只有在这样的游戏规则下寻找办法继续运作和发展。其实一般的网站也都没有严重违法的情况，只要在当前的情况下适当注意、调整就可以，对于**政治敏感、低俗涉黄、侵犯版权**等几类问题充分重视和避免，都是能符合检查要求的。

对于 Google 准备退出中国大陆的事情，广大 AdSense 发布商更是关注和担心，很多人发出“Google 请不要走”、“AdSense 我们需要你”的声音，电子工业出版社的编辑也关注事态发展是否会影响到本书的出版发行和市场推广。我第一时间就联系了 Google 中国团队中负责与我们联系的 AdSense 大客户经理，得知无论 Google 是否退出中国大陆，AdSense 计划肯定会在中国大陆继续运作，这一点是目前的 AdSense 发布商不用担心的。涉及内容审查的是 Google.cn，而只是关注商业广告的 AdSense 并不在中国相关部门的重视下，中国政府也表态中国的互联网是开放的，欢迎合法经营，所以我们可以对 AdSense 在中国的继续运营放心。

2010 年 4 月，Google 公司关闭了 Google.cn 的搜索服务，跳转到 Google.com.hk，继续在中国香港提供简体中文搜索服务，这对于普通网民来说绝大多数搜索内容都没有特别的影响，AdSense 服务在中国一切照旧，北京总部的 AdSense 团队人员也无变化。如果网民能保持访问 Google 的简体中文搜索服务，广告客户可以继续通过 AdWords 发布广告，对采用 AdSense 的网站影响不大。关于 Google 退出中国大陆事件对 AdSense 的影响，在本书问答部分专门增加了详细分析。

我在撰写本书的过程中因为受到互联网管制和网站收入下滑的影响，也牵扯进去大量时间和精力，以至于原计划写作的时间被压缩，虽然出版社对于本书能够按时交稿表示满意，也评价内容质量不错，不过自己感觉还有很多地方



可以进一步精雕细琢为读者提供更好的帮助。希望广大读者提供宝贵意见。

本书撰写完毕后的出版不是终结，我将会在配套网站上继续发布更新的内容，并收集读者和网友的意见和建议，计划在将来本书的再版中精益求精，不断完善，让读者能从本书中获得丰富的帮助信息，大幅提高 AdSense 广告收入。

最后分享一下我最近三个月以来的 AdSense 收入情况，2009 年 12 月总收入达到历史最高点，平安夜、圣诞节从 AdSense 收到近 300 美元的“圣诞大袜子”，2010 年 1 月、2 月持续下降，农历大年三十到初一当天收入是不足 100 美元的“新年小红包”。用网络上流行的词来说，刚经历了“洗具”，又遇到“杯具”。

这应该不是我一个人的经历，从 AdSense 相关论坛中看到有不少发布商都在感慨近期单价下降、收入坠落，分析主要原因有两点：一是季节性原因，每年 12 月基本上都是流量和收入最高的，而农历新年期间上网网民和通过 AdWords 投放广告的广告主都大幅度减少，收入自然降低；二是受到 Google 退出中国大陆传闻的影响，百度在抢 AdWords 的客户，广告主有一些茫然，因此影响到广告投放。广告投放减少了，使用竞价机制的 AdSense 单价自然会下降。

这两个问题中，第一个季节性问题随着春暖花开自然就消失了，第二个“退出门”问题随着时间的过去也会逐步平息和清晰。网络广告的高速发展是无法改变的趋势，因此只要我们大家自己认真做好网站内容、注重广告优化，AdSense 收入定会回升、再创新高！

连人生都会有起有落，AdSense 收入的短期小小波动更是正常，我自己有信心能在不久的将来收到更多的美元，现在暂时陷于收入低潮的发布商或者还没有得到过 AdSense 收入的朋友不要气馁，多思考、多交流、多行动，路在每个人的脚下！我们国家的温总理都多次提到，对付困难、危机，信心比黄金更重要！

# Google AdSense 实战宝典

——谷歌广告网上赚钱揭秘

让本书读者通过网上的广告赚到钱、多赚钱是我的唯一期盼。希望朋友们能通过本书配套网站与作者保持沟通交流，让我来解答您的疑惑问题，让大家来一起分享您的成功故事！

作者：祁劲松

2010 年 3 月

配套网站：[www.adsensebook.cn](http://www.adsensebook.cn)，首页截图如下：

