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。

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，新近又在网盟合作中推出悬浮广告，这都是目前 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。

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
☐	彩视界 caishijie.com	4426	彩视界CPA	cpa	网络服务/其他	2元/注册，5元/购彩	2010-01-22/2011-01-04	否	人工审核	未申请	查看链接 申请加入
☐	三十六计	4384	3gm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	查看链接 申请加入
☐	大富豪 3gm.com.cn/dfh	4368	3gm大富豪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	查看链接 申请加入
☐	爱彩票 www.3caipiao.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	查看链接 申请加入
☐	三国梦	4264	三国梦网页游戏cpa新	cpa	娱乐/休闲/游戏	1.5元/有效用户，2.5元/绑联用户	2009-11-03/2010-11-01	否	人工审核	未申请	查看链接 申请加入
	三国梦	4254	3gm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	查看链接 申请加入
☐	明朝时代 3gm.com.cn/mcsd	4217	3gm明朝时代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	查看链接 申请加入
☐	商业大亨	4199	动网商业大亨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	查看链接 申请加入
☐	亿起发 YIQIFA.COM	4119	亿起发网站主加盟计划	cpa	网络服务/其他	100元/有效用户	2009-09-01/2010-12-31	否	自动审核	未申请	查看链接 申请加入

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
☐	乐玩网	4440	乐行网精品鞋包CPS	cps	购物/零购/生活	11%	2010-01-28/2011-01-26	否	自动审核	未申请	查看链接 申请加入
☐	Sesrop 尚诚食品	4431	尚诚食品CPS	cps	服装/时尚/女性	3%-18%	2010-01-25/2011-01-24	否	自动审核	未申请	查看链接 申请加入
☐	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	查看链接 申请加入
☐	天天购物网 7shop24.com	4422	天天购物cps	cps	化妆品/美容/美体	普通会员按有效销售额的12%为佣金，vip会员按有效销售额的8%为佣金	2010-01-21/2011-01-20	否	自动审核	未申请	查看链接 申请加入
☐	Yes Mytea 我茶	4413	也买茶cps	cps	购物/零购/生活	10%	2010-01-18/2011-01-17	否	自动审核	未申请	查看链接 申请加入
☐	PHISUNG	4412	菲星数码cps	cps	购物/零购/生活	11%	2010-01-18/2011-01-17	否	自动审核	未申请	查看链接 申请加入
☐	fclub.cn 聚尚网	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	查看链接 申请加入
☐	E生活	4410	E生活cps	cps	IT硬件/软件/互联网	3%—7%	2010-01-14/2011-01-13	否	自动审核	未申请	查看链接 申请加入
☐		4397		cps		10%		否		未申请	查看链接

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

一些比较大的广告联盟能提供比较丰富的 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者的类型，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。

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。

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。

诀窍

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