



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开发投入来商定。

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，每个月收入都不到几百元，难以支付网站的各种成本。而如果是团队来运营网站，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：

应纳个人所得税税额=应纳税所得额×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 $= (2000 - 800) \times 20\% = 1200 \times 20\% = 240$ 元
- 月收入10000元: 纳税 $= 10000 \times (1 - 20\%) \times 20\% = 8000 \times 20\% = 1600$ 元
- 月收入40000元: 纳税 $= 40000 \times (1 - 20\%) \times 20\% + (40000 \times (1 - 20\%) - 20000) \times 20\% \times 50\% = 7600$ 元
- 月收入100000元: 纳税 $= 100000 \times (1 - 20\%) \times 20\% + (50000 - 20000) \times 20\% \times 50\% + (100000 \times (1 - 20\%) - 50000) \times 20\% \times 100\% = 25000$ 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。



诀窍

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：

AdSense 收入 = 广告展示次数 × 点击率 × 点击单价 × 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化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 广告的情况一下，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

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，建议发布者不要通过 IFRAME 展示广告，而将广告代码直接置入内容网页的源代码中。如果发布者还是决定用 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。
- 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，遇到这种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。

如果是从事业角度来说，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作用，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 and 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。