

# Google AdSense 发布者使用指南

---

## ——AdSense 常用名词解释

---

## 『AdSense 常用名词解释』

### 广告单元

广告单元由一段 AdSense 广告代码所显示的一组广告。

### 链接单元

链接单元是一种广告格式，可显示一系列与某一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。在我们的广告格式页，您可以查看所有可用链接单元格式的示例。

### 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”。

### 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盈利组织广告。发布者不能从公益广告的点击次数中获得收入。

### 每次点击费用 (CPC)

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。

---

## 点击率 (CTR, click through rate)

广告点击次数与广告页的展示次数之比。

## 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。

## 网页 eCPM (effective cost per mille)

eCPM 指的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，甚至是单个广告（在 AdSense “高级报告”的“数据展示依据”下拉框中可以选择）。默认情况下，eCPM 指的都是千次网页展示（Pageview）收入。请注意，eCPM 只是用来反映网站盈利能力的参数，不代表您的收入。它是一个与网页展示次数无关的指标，这证明一点：一个网站的 AdSense 可盈利趋势与网站的大小无关，它最终是由平均广告单价和广告的点击率决定的。

## 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。

## 热门查询

AdSense 搜索广告发布者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。

## 登录信息

AdSense 登录信息指帐户电子邮件。它是您用来登录 Google AdSense 帐户的电子邮件地址。

---

## 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。

## 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。

## 内容相关广告

Google 利用搜索技术在我们联网中（包括 AdSense 网站）的内容网页和产品上投放相关的广告。借助于我们对搜索索引中数十亿网页的内容的理解以及我们的网页抓取能力，我们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，我们根据这些关键字将广告与网页相匹配。

## 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。

## 网址 (URL) 过滤列表

AdSense 发布商在自己的帐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。在发布商将某一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。

## 竞争性广告

竞争性广告指贵网站上模仿 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 广告展示在同一网页或网站上。不过，我们允许附属链接及文字数量有限的链接。

---

## 帐户类型

通常，如果您的企业有 20 名或更多员工，则应申请企业帐户。个人发布商或企业员工少于 20 名的，则应注册个人帐户。个人帐户与企业帐户在产品、服务或付款结构方面没有任何差别，在付款方式和支取流程上有所不同，企业帐户目前不支持西联汇款的方式，在支票托收时，这两种帐户需要提供给银行的证明材料也不相同。

## 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。

## 帐户电子邮件

也叫作帐户相关邮件，是您用来登录 AdSense 帐户的电子邮件地址。我们会将所有发送给您的关于 AdSense 的邮件发送到该地址。

## 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。

## 无效点击或者展示

通过我们所禁止的方式所产生，而目的是想人为地增加发布商帐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。被我们判为无效的点击不会算入您的收益里。

---

## 链接单元的点击次数

在链接单元报告中，链接点击结果页中的广告所获得的点击次数。它不同于链接点击次数，链接点击次数是用户点击的链接单元中链接的次数，用户点击的结果是浏览广告页面。

## 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。

## 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。

## 链接点击次数

链接单元中链接的点击次数。

## 调整项

您的收入可能会由于多种原因而包含借记项或贷记项，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：**您的 AdSense 搜索广告收入可能会与相关费用相抵。这种情况仅适用于少数发布商。有关详情，请浏览 [AdSense 支持中心](#)。

**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：**发布商不会从被发现为无效的点击次数上获得付款。如果目前已显示在您报告中的点击被认定为无效，我们会调整相关收入，并向广告客户退还费用。

---

## 月末余额

“付款历史”页会在每个月末显示您 AdSense 帐户中的余额。此金额反映的是在相应月末时的已确认收入。如果您帐户的月末余额大于 \$100 美元，且帐户中没有保留付款，我们会安排在下个月向您付款。

## 目标网址

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。如果您希望将某一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。

## 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。

## 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，您可以使用帐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。

## 调色板

AdSense 为发布商提供了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。

---

## 渠道

“付款历史”页会在每个月末显示您 AdSense 帐户中的余额。此金额反映的是在相应月末时的已确认收入。如果您帐户的月末余额大于 \$100 美元，且帐户中没有保留付款，我们会安排在下个月向您付款。

## 目标网址

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。如果您希望将某一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。

## 帐户启动

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，并向您发送一封通知电子邮件。如果您获准参与此计划，就可以登录到自己的新帐户，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 帐户。

## 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，我们仅计为一次网页展示。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，则您会获得两次网页展示和六次广告单元展示。