

网络广告点击欺诈率高达14.6% PDF转换可能丢失图片或格式  
，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/62/2021\\_2022\\_\\_E7\\_BD\\_91\\_E7\\_BB\\_9C\\_E5\\_B9\\_BF\\_E5\\_c41\\_62509.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E7_BD_91_E7_BB_9C_E5_B9_BF_E5_c41_62509.htm) 据最新一份市场研究报告，在去年一年中，点击欺诈几乎占据了在线广告总支出的14.6%，折合8亿美元。此分研究报告由市场调查机构Outsell提供。目前为止，各大搜索引擎一直拒绝公布真正的搜索点击欺诈统计数字，实际上考虑到Google等公司营收的绝大部分来自于点击广告，这种守口如瓶也不无道理。据统计，Google的广告业务几乎全部属于点击付费类型，而雅虎对于点击广告的依赖程度则要相对低一些。实际上，广告点击欺诈问题已经让大量广告用户失去了信息，据悉27%的广告用户表示，他们将减少对于点击模式广告的投资力度。而75%的广告用户透露，他们曾经因为点击欺诈而经受过经济损失。当然，Google等搜索引擎对于点击欺诈问题也并不是放任自流，在一份电子邮件采访中，搜索巨头表示：“对于点击欺诈问题我们一直在严肃对待，相信短期内将会有所改观。”另一方面，雅虎发言人则表示：“虽然点击欺诈问题让人头疼不以，不过并不是说没有很好的解决方法。”微软方面的态度也与Google和雅虎相似。实际上，至今为止Google和雅虎都曾经遭遇过点击欺诈起诉，不过目前都已经解决了纠纷。专家指出，点击欺诈问题的根源并不在搜索引擎，因此应当成立一个“独立的”兼管机构，凌驾于搜索引擎之外而对点击欺诈问题进行管理。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)