

百度竞价排名涨价面临雅虎和Google打压 PDF转换可能丢失  
图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/63/2021\\_2022\\_\\_E7\\_99\\_BE\\_E5\\_BA\\_A6\\_E7\\_AB\\_9E\\_E4\\_c40\\_63007.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022__E7_99_BE_E5_BA_A6_E7_AB_9E_E4_c40_63007.htm) 国内搜索业界3强围绕竞价排名是否涨价，展开了一场较量。作为搜索行业的翘楚，百度在“裁员风波”刚刚平息之际宣布的提价策略，再次引发“涨价风波”。与其针锋相对，面对外界询问，雅虎系(雅虎搜索与网络实名)与Google公开表态说，竞价业务不涨价。雅虎更是公开宣布，通过优惠政策，为代理商提供更多赢利空间。涨价围绕百度竞价排名的价格调整，发生了律师张新维起诉百度违反事前价格约定的涨价风波。这起官司的起因是这样的：今年6月1日，百度公司首次依据每个关键词的商业价值而调整了起价。以前一个关键词的起价统一是0.3元，但在调整之后，有的关键词起价达到了几元钱，虽然这次调价中仍有部分关键词的价格保持在0.3元左右，甚至还有部分关键词的价格有所下降，但刚好在百度做出价格调整前与百度以起价0.3元的价格签订了竞价排名合同的律师张新维认为，百度的擅自提价违反了双方的合同规定，属于百度单方面违约，于是一纸诉状将百度公司诉至海淀法院。按照百度涨价之前的约定，客户要想在百度开设竞价排名帐户，需要先缴纳最低3000元开户费，多存不限 其中2400元为预存款，600元为专业服务费，当有潜在客户搜索相应的关键词，点击访问客户的网站后，百度会从其账号中扣除这个关键词当前排名的竞价费用，每次点击的收费最低起价为0.30元。事实上，以上方案只是百度竞价排名业务最低限额的收费方案，此外还包括两种：一是5000元推广费 + 1000元 / 年专业服

务费，二是7000元推广费 + 3000元 / 年增值服务费。但在调整价格以后，百度取消了原来每次点击的收费最低起价0.30元，而是由系统自动给出每次点击的收费起价。这样，原来明码标价的最低价格条款，就被模棱两可的、不透明的系统报价所取代。本来，竞价排名的消费已经按照点击量进行了收费，同时再收取专业服务费和增值服务费，已属不合理收费，现在又取消了最低起价，客户的成本无形中增大了不说，广告效果却又没有实质的提升，客户因此而有抵触心理，自然是情理之中的事。平衡搜索引擎营销依靠提供用户体验来吸引人气、聚集眼球，有了足够的用户流量以后，再把广告推向用户，以此跟客户收费。用户流量越大，广告价值就越高，这是搜索引擎普遍遵循和采用的赢利模式。搜索引擎同时面对个人网民和企业客户，需要兼顾这两个群体的需求。但是如何平衡用户与客户、搜索引擎内部与外部的利益，是一个不容易把握的课题。我们知道，早期搜索信息排列是按照自然排序方式出现的，即按照网民对某关键词的搜索关注度、热衷度、访问量或数据库搜索抓取的数量来决定，自然排序是一种常规的公平显示方式。也正是因为如此，以百度为代表的搜索引擎才成为众多个人站长推广、营销自己站点的首选。同时，在搜索中适当的加入商业关键字广告，既能为企业客户提供有效的网络推广方式，也能为搜索引擎带来主要的收入来源。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)