欺诈点击：搜索引擎产业顽症 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__E6_AC_BA_E8_AF_88_E7_82_B9_E5_c40_63078.htm 7月25日，美国阿肯色州一家巡回法庭批准了Google（谷歌）关于欺诈点击的和解方案，法官格里芬表示这一方案“公正、合理和到位”。据悉，一共有70多名原告参与了这次集体诉讼。根据和解协议，Google的赔偿金额总计为9000万美元。其中3000万美元现金将支付给原告律师，其余的6000万美元将以广告额度的方式退还给广告主Google的广告客户可以用所获得的额度抵消不超过50%的广告费，所有广告主都得不到现金补偿。依据当前的方案，过去4年半时间里，Google收取的广告费中每10000美元将退返大约38美元的广告额度。Google的律师说大部分广告客户已经同意了这一解决方案，包括其最大的20家广告客户中的19家。7月26日，Google宣布该公司已经开始向关键字广告客户提供欺诈点击方面的数据，希望以事实数据作为对抗欺诈点击的最新武器。Google将向其广告客户提供专门的报告，报告内容包括同该客户相关的无效点击数据。不过，想要查看报告的客户需要为此支付一定的费用。Google的产品经理舒曼#8226.理查德表示：“在欺诈点击的问题上，Google、雅虎和MSN一直采取拖延战术。”当前，广告用户只能通过估计来计算网页点击的有效性。为网络广告主提供检测服务的Click Forensics宣称，搜索引擎展示的广告链接引起的欺诈点击，已经从2006年第一季度的13.7%上升到第二季度的14.1%。美国调研咨询公司Outsell则在日前出具的研究报告中称，目前约有14.6%的广告点击存在欺诈，在线广告商

在2005年为此额外支付了8亿美元。其他一些调研机构的数据甚至认为欺诈点击的比率可能高达20%~30%。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