

指导:我国网络广告定向投放竞价排名成热点 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/64/2021\\_2022\\_\\_E6\\_8C\\_87\\_E5\\_AF\\_BC\\_\\_E6\\_88\\_91\\_c40\\_64720.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E6_8C_87_E5_AF_BC__E6_88_91_c40_64720.htm) 广告类垃圾邮件、弹出式广告、插件广告等令网民反感的强迫式广告正逐渐淡出互联网，代之而起的是以搜索引擎广告、“窄告”、分类广告、博客广告等为代表的定向投放类广告。业内人士介绍，目前互联网广告定向投放把广告与网络新闻匹配，如报道汽车的文章旁边，出现的是汽车促销信息；还实现了地域定位，同一篇讲述旅游的文章，北京、上海等地网民分别看到的是各自地域内的旅行社广告。目前，网络广告定向投放的主要形式“窄告”已覆盖人民网、新华网、新浪网等4000家网站，并以点击一次最低0.2元的“按效果付费”方式，引起了广告主和消费者的兴趣。在网络定向投放类广告中，搜索引擎广告量也大幅增长，主要收入来源为“网络竞价排名”，以此在网民查询时得到网页上的较好位置，吸引目标用户注意。随着众多人加入博客大军，浏览量较大、受特定网民关注的个人博客成为网络广告投放的新载体。此外，从报纸分类广告“复制”到互联网上的分类广告，也成为网络广告定向投放的新形式。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)