



[12] 发明专利申请公开说明书

[21] 申请号 200480004867.9

[43] 公开日 2006年10月4日

[11] 公开号 CN 1842815A

[22] 申请日 2004.2.19

[21] 申请号 200480004867.9

[30] 优先权

[32] 2003.2.21 [33] US [31] 10/372,637

[86] 国际申请 PCT/US2004/004878 2004.2.19

[87] 国际公布 WO2004/077242 英 2004.9.10

[85] 进入国家阶段日期 2005.8.22

[71] 申请人 奥弗图尔服务公司

地址 美国加利福尼亚州

[72] 发明人 罗杰·康恩 梅格翰·麦卡德乐

汤姆·斯夫芮克 詹尼弗·吾·杜瑞

[74] 专利代理机构 北京东方亿思知识产权代理有限
责任公司
代理人 王 怡

权利要求书 6 页 说明书 10 页 附图 8 页

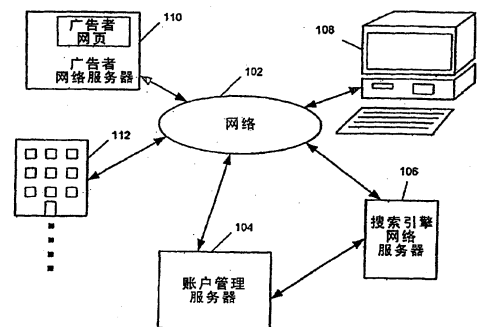
[54] 发明名称

为基于拍卖的因特网搜索中的项确定每次点击最低价格的方法和装置

[57] 摘要

一种方法和装置确定具有低的每次点击价格的搜索项；确定最低每次点击价格；为所述搜索项设置最低每次点击价格值；从而增加由基于拍卖的因特网搜索引擎创造的收入，利用以上步骤来为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格。根据本发明的一个实施例，通过创建搜索量层级来为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格。然后，通过基于每个搜索项的每次点击价格来划分每个搜索量层级中的搜索项，从而创建每次点击价格层级。最后，根据搜索项市场的流动性来划分每个每次点击价格层级中的搜索项，从而创建多个流动性层级。对划分结果进行评估，以确定一个或多个具体项的每次点击价格增加。为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法

包括将对具体搜索项的竞价与对在具体搜索项、其类别或广告者分类方面与所述具体搜索项类似的那些项的竞价进行比较。



1. 一种为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，所述方法包括以下步骤：

确定具有低的每次点击价格的搜索项；

为所述搜索项设置最低每次点击价格值；并且

基于所述最低每次点击价格，增加由所述基于拍卖的因特网搜索所产生的收入。

2. 如权利要求 1 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，还包括以下步骤：将搜索项分类到多个组中。

3. 如权利要求 2 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，还包括以下步骤：对所述多个组中的一个组内的所有搜索项应用一个组最低每次点击价格值。

4. 如权利要求 1 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，其中为所述搜索项设置最低每次点击价格的所述步骤包括：为确定为具有低的每次点击价格的所有搜索项设置最低每次点击价格。

5. 如权利要求 1 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，其中确定具有低的每次点击价格的搜索项的所述步骤包括：将所述搜索项与类似搜索项进行比较。

6. 如权利要求 5 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，其中将所述搜索项与类似搜索项进行比较的所述步骤包括：将所述搜索项与对所述搜索项竞价的多个广告者为之竞价的类似搜索项进行比较。

7. 如权利要求 1 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，其中确定具有低的每次点击价格的搜索项的所述步骤包括：根据在多个搜索项中的每个搜索项上的搜索量来划分所述多个搜索项，从而创建量层级。

8. 如权利要求 7 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次

点击价格的方法，其中确定具有低的每次点击价格的搜索项的所述步骤包括：根据每个搜索项的平均每次点击价格来进一步划分每个量层级中的所述搜索项，从而创建每次点击价格层级。

9. 如权利要求 8 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，其中确定具有低的每次点击价格的搜索项的所述步骤包括：根据市场的流动性来进一步划分每个每次点击价格层级中的所述搜索项。

10. 如权利要求 9 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，其中为所述搜索项设置最低每次点击价格的所述步骤包括：将最低每次点击价格设置给一个类别中的搜索项。

11. 如权利要求 1 所述的方法，其中确定具有低的每次点击价格的搜索项的所述步骤包括：评估实时竞价数据。

12. 如权利要求 11 所述的方法，其中为所述搜索项设置最低每次点击价格的所述步骤包括：基于实时竞价数据，为搜索项设置最低价格。

13. 一种为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，所述方法包括以下步骤：

基于在多个搜索项中的每个搜索项上的搜索量，将所述多个搜索项划分到多个搜索量层级中，从而创建多个搜索量层级；

基于每个搜索项的每次点击价格来划分每个搜索量层级中的搜索项，从而创建多个每次点击价格层级；

根据流动性来划分每个每次点击价格层级中的搜索项，从而创建多个流动性层级；以及

评估搜索项，以确定新的每次点击价格值增加。

14. 如权利要求 13 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，还包括以下步骤：为搜索项设置最低每次点击价格值。

15. 如权利要求 13 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，其中评估搜索项的所述步骤包括：将所述搜索项组织到多个搜索项类别中。

16. 如权利要求 15 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，其中评估搜索项的所述步骤包括：将搜索项与一个搜索项类别中的类似搜索项进行比较。

17. 如权利要求 16 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，其中将搜索项与类似搜索项进行比较的所述步骤包括：将所述搜索项与对所述搜索项竞价的广告者也为之竞价的类似搜索项进行比较。

18. 如权利要求 17 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，其中将所述搜索项与对所述搜索项竞价的广告者也为之竞价的类似搜索项进行比较的所述步骤包括：创建由所述广告者为为之竞价的一系列类似搜索项。

19. 如权利要求 18 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，还包括以下步骤：识别对所述类似搜索项的竞价范围。

20. 如权利要求 19 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，还包括以下步骤：向一个搜索项类别中的所有搜索项应用一个组最低每次点击价格。

21. 如权利要求 13 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，还包括以下步骤：选择所述多个搜索项中的搜索项，以应用最低每次点击价格。

22. 如权利要求 13 所述的方法，其中创建多个搜索量层级的所述步骤包括评估实时竞价数据。

23. 如权利要求 22 所述的方法，其中评估搜索项的所述步骤包括：基于实时竞价数据，为搜索项设置最低价格。

24. 一种为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，所述方法包括以下步骤：

基于在多个搜索项中的每个搜索项上的搜索量，将所述多个搜索项划分到多个搜索量层级中，从而创建多个搜索量层级；

基于每个搜索项的每次点击价格来划分每个搜索量层级中的搜索项，

从而创建多个每次点击价格层级；

根据流动性来划分每个每次点击价格层级中的搜索项，从而创建多个流动性层级；

确定所述多个搜索项中的哪些搜索项应针对最低每次点击价格值进行评估；

针对最低每次点击价格值来评估所述搜索项；以及

为至少一个搜索项确立最低每次点击价格值。

25. 一种为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，所述方法包括以下步骤：

识别对搜索项竞价的广告者；

创建所述广告者同样为之竞价的一系列其他搜索项；

基于与所述其他搜索项相关的竞价来为搜索项确定最低竞价；以及

将最低竞价应用于所述搜索项。

26. 如权利要求 25 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，还包括以下步骤：将搜索项分类到多个组中。

27. 如权利要求 26 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，还包括以下步骤：向所述多个组中的一个组内的所有搜索项应用一个组最低每次点击价格值。

28. 如权利要求 25 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，其中为搜索项确定最低竞价的所述步骤包括：识别所述其他搜索项的竞价范围。

29. 如权利要求 25 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，还包括以下步骤：通过根据在多个搜索项中的每个搜索项上的搜索量来划分所述多个搜索项，以创建多个量层级，从而确定具有低的每次点击价格的搜索项。

30. 如权利要求 29 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，其中确定具有低的每次点击价格的搜索项的所述步骤包括：通过根据每个搜索项的每次点击价格来进一步划分每个量层级中的所述搜索项，创建每次点击价格层级。

31. 如权利要求 30 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，其中确定具有低的每次点击价格的搜索项的所述步骤包括：根据每个所述搜索项的流动性来进一步划分每个每次点击价格层级中的每个搜索项。

32. 如权利要求 31 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，其中为所述搜索项设置最低每次点击价格的所述步骤包括：将最低每次点击价格设置给一个类别中的搜索项。

33. 一种为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法，所述方法包括以下步骤：

基于在多个搜索项中的每个搜索项上的搜索量，将所述多个搜索项划分到多个搜索量层级中，从而创建多个搜索量层级；

基于每个搜索项的每次点击价格来划分每个搜索量层级中的搜索项，从而创建多个每次点击价格层级；

根据流动性来划分每个每次点击价格层级中的搜索项，从而创建多个流动性层级；

基于实时数据来评估预定层级中的所述搜索项；

确定具有低的每次点击价格的搜索项；

识别对搜索项竞价的广告者；

创建所述广告者也为之竞价的一系列其他搜索项；

基于与所述其他搜索项相关的竞价来确定最低竞价；以及

基于实时数据，为所述搜索项设置最低每次点击价格值。

34. 一种为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的系统，所述系统包括：

接收对基于拍卖的因特网搜索中的搜索项的竞价的服务器，所述服务器确定所述搜索项具有低的每次点击价格；

耦合到所述服务器的数据库，该数据库存储与多个搜索项有关的信息；和

由所述服务器基于存储在所述数据库中的、与所述多个搜索项有关的信息而确立的最低每次点击价格。

35. 如权利要求 34 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的系统，还包括用于被确定为具有低的每次点击价格的所有搜索项的最低每次点击价格。

36. 如权利要求 34 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的系统，其中所述数据库包括被分类到多个组中的搜索项。

37. 如权利要求 36 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的系统，还包括用于所述多个组中的一个组内的所有搜索项的组最低每次点击价格值。

38. 如权利要求 36 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的系统，其中所述搜索项组包括与所述搜索项类似的项。

39. 如权利要求 38 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的系统，其中所述搜索项组包括由对所述搜索项竞价的多个广告者为之竞价的类似项。

40. 如权利要求 38 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的系统，还包括与所述搜索项组相关联的多个量层级。

41. 如权利要求 40 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的系统，还包括与所述多个量层级中的每个量层级相关联的多个每次点击价格层级。

42. 如权利要求 41 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的系统，还包括与所述多个每次点击价格层级中的每个每次点击价格层级相关联的流动性层级。

43. 如权利要求 42 所述的为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的系统，还包括用于一个流动性层级中的所有搜索项的最低每次点击价格。

为基于拍卖的因特网搜索中的项确定每次点击最低价格的方法和装置

技术领域

本发明总地涉及因特网搜索，具体地说，涉及用于为基于拍卖的因特网搜索中的项确定每次点击最低价格的方法。

背景技术

自从诞生之日起，因特网就为搜索信息、产品或服务提供了一种有用的工具。因特网还提供了一种用于实现商品和服务买卖的方式，并且向大量的因特网用户提供广告。随着因特网的访问和使用的不断增长，已出现了因特网的多种新用途。一种形式的广告允许卖方为搜索结果中的特定位置竞价，通常称为付费拍卖。即，根据每一搜索项的每次点击价格（“PPC”）来为广告者排名。每次点击价格是指当用户在列表项上“点进”时，广告者将会支付的金额。卖方可以根据他们各自的竞价而被排在搜索结果的某个位置上，并且可以响应于用户的点进而支付他们各自的竞价额。在列表项上的点进使得用户的网络浏览器被重新定位到与该搜索列表项相关联的统一资源定位符（URL）上。

这种付费拍卖中的很大一部分导致竞价低于它们的真正市场价格，例如由于只有少量竞价者为某一具体项竞价。针对某一具体搜索项的竞价者的数量决定了搜索项的“流动性”。这种具有少量竞价广告者的搜索项可以被称为“流动的”，因此没有捕捉到该搜索项的真正市值竞价。然而，在针对某一具体搜索项的付费拍卖中，该拍卖将获得拍卖中的不同参与者的每次点击价格，如果有相当数量的参与者在拍卖中竞价的话，拍卖结果将反映出搜索项的真正市值。然而，如果只有少量参与者在拍卖中为某一具体的搜索项竞价，那么所得到的竞价可能人为地变得很低，因为竞价者可能没有什么动力竞价更高，以在搜索结果中排名更高。

然而，在与类似于所述具体搜索项的某一项相关的拍卖中的参与者

(有可能包括在对该具体搜索项自身的拍卖中的参与者)可能在与所述类似搜索项相关的拍卖中竞价得相当高。这种与类似搜索项相关的竞价可能反映出这样一个事实:与所述具体搜索项相关的竞价的真正市值实际上要高于原先给出的竞价。即,对所述具体搜索项的竞价可能人为地偏低了,因为在拍卖中只有少量竞价者,并且在竞价者之间缺乏有效的竞争。例如,对误拼写搜索项的竞价可能由于竞价者数量少而人为地偏低。然而,基于对正确拼写的搜索项的竞价,可以容易地确定最低竞价。

由此可见,需要一种为在基于因特网的拍卖搜索中的项确定每次点击最低价格的方法。

发明内容

本发明的实施例的方法通过识别每次点击价格较低的搜索项,并且为该搜索项设置每次点击价格的最低值,从而为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格。这种最低每次点击价格增加了基于拍卖的因特网搜索所创造的收入,并且使得商业搜索市场能够更好地同时代表不同产品和服务的多种现实市场。因为每个搜索项都被认为是一个市场,所以本发明的方法通过为市场运作设置在主观上认为适当的默认竞价定价,从而提高了市场的经济效率。

根据本发明的一个方面,通过创建搜索量层级(SVT, search volume tiers)来确定基于拍卖的因特网搜索中的项的最低每次点击价格。通过基于每个搜索项上的搜索量来划分搜索项,从而创建搜索量层级。然后,通过基于每个搜索项的每次点击价格来划分每个搜索量层级中的搜索项,从而创建每次点击价格层级。最后,通过根据流动性(例如,某一具体搜索项的竞价者的数量)来划分每个每次点击价格层级中的搜索项,从而创建多个流动性层级。可以利用竞价者的数量、竞价改变的频率、改变的历史趋势、曾经最高的竞价最大值、与通过这一搜索项许诺的产品或服务的经济学情况有关的离线数据来确定流动性。对划分的结果进行评估,以确定一个或多个具体项的每次点击价格的增加。即,某些层级可被认为是更有可能包括作为最低价格的良好候选者,并且将导致收入增加的那些项。例

如，较高值的流动项将不成比例地增加最低竞价后的收入，因而更容易被首先识别出来。然后，可以对某些层级中的个别项进行进一步的评估，以确定该项的最低价格。

根据本发明的另一方面，用于为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法包括将对某一具体搜索项的竞价与对类似于该具体搜索项的那些项的竞价进行比较。即，本发明一种实施方式的方法识别对某一具体搜索项竞价的广告者，并且创建该广告者同样为之竞价的一系列其他搜索项。所述方法基于与其他搜索项相关的竞价，确定搜索项的最低竞价，并且将最低竞价应用于所述具体搜索项。

根据本发明的另一方面，用于为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法实现了最低竞价的实时确定。也就是说，可以基于对类似或相关项的当前竞价信息，为各个项确立最低竞价。

附图说明

图 1 是根据本发明采用为基于拍卖的因特网搜索中的搜索项确定最低价格的方法的网络的框图。

图 2 是根据本发明，广告者可以访问的网页的框图。

图 3 是根据本发明，可由广告者访问来使得广告者能够管理竞价的网页。

图 4 是根据本发明，可由广告者访问来使得广告者能够基于类别来管理竞价的网页。

图 5 是根据本发明，可由广告者访问来使得广告者能够查看某一具体列表项的搜索性能的网页。

图 6 是根据本发明，可由广告者访问来使得广告者能够选择竞价选项的网页。

图 7 是根据本发明，可由广告者访问来使得广告者能够查看竞价结果的网页。

图 8 是示出了根据本发明划分搜索项的方法的流程图。

图 9 是示出了根据本发明评估具体搜索项的方法的流程图。

图 10 是示出了根据本发明，为基于拍卖的因特网搜索中的项确定最低每次点击价格的方法的流程图。

图 11 是示出了根据本发明的搜索量层级的示例的图表。

图 12 是示出了根据本发明的每次点击价格层级的示例的图表。

图 13 是示出了根据本发明的流动性层级的示例的图表。

具体实施方式

首先看图 1，示出了根据本发明，采用修改因特网搜索结果的方法的网络的框图。网络 102 例如是可实现对因特网的访问的电信网络，该网络被耦合到多个元件，这些元件交互作用，以实现本发明的方法。具体地说，账户管理服务器 104 和搜索引擎网络服务器 106 使得用户能够利用网络 102 来搜索因特网。将参考其余附图来更详细地描述账户管理服务器 104 和搜索引擎网络服务器 106 的操作。有关账户管理服务器和搜索引擎服务器的更多信息，以及网络 102 的其他特征可以在 Davis 等人于 2002 年 7 月 31 日递交的美国专利 6,269,361 中找到，该专利作为参考被全部包含进来。用户可以使用诸如计算机 108 等通信设备，经由搜索引擎网络服务器 106 来搜索因特网。通常，利用通信设备进行因特网搜索的人将被称为用户或搜索者。

广告者的网络服务器 110 利用搜索引擎，实现经由通信设备对广告者的信息的访问，还使得广告者能够访问账户管理服务器 104。卖方地点 112 可以通过网络 102 来访问，它也被示出。

现在看图 2，其中的框图示出了广告者可以访问的各种网页，实现了本发明的方法。具体地说，广告者主页 202 使得广告者能够（经由账户管理服务器 104）输入与该广告者相关的信息。例如，在广告者主页 202 上输入了正确的登录信息后，广告者可以在管理竞价网页 204 上管理竞价。类似地，广告者可以根据类别管理网页 206 上的具体类别来管理竞价。广告者还可以在搜索列表项详细资料网页 208 上对列表项的详细资料进行搜索。最后，用户可以在查看竞价网页 210 上查看对具体搜索项的竞价。虽然在图 2 中列举了各种示例性的网页，但是将会理解，根据本发明，广告

者可用的其他网页也可以被用来使得卖方能够参与基于因特网的搜索。下面参考图 3-7 来更加详细地描述上面所列举的各种网页的具体实施例。

现在看图 3，广告者可访问的网页使得广告者能够根据本发明来管理竞价。具体地说，账户选择框 302 使得用户可以选择具体的账户。同样，输入框 304 使得用户可以输入具体的项，以确定在可选择框 306 中是否找到了所述项。例如，如果在由用户可选择框 306 选定的框中找到了在输入框 304 中输入的项，则对列表项的搜索将会显示若干列表项。用户还可以在可选择框 308 中标识所要查看的具体类别。

当显示出结果时，在搜索项列 310 中显示所期望的搜索项。还在类别列 312 中提供类别。用户在搜索中的位置也在位置列 314 中列出，而点进的成本被列举在列 316 中。类别管理网页还实现对与所显示的搜索项相关联的竞价的更新。具体地说，用户可以访问在竞价类型列 318 中的用户可选择框，以选择对于该项采用自动竞价还是固定竞价。输入框还使得用户可以在最高竞价列 320 中输入所期望的最高竞价。用户可以使用更新竞价选择按钮 322 来更新竞价的任何改变。最后，在最低竞价列 324 中列出搜索项最低竞价。这样一种搜索项最低竞价有助于防止用户输入低于最低竞价的竞价额。

类别管理网页还在最高竞价框 326 中提供有关最高竞价的信息，包括用黑体字示出用户的竞价，从而指出用户在竞价中的位置。另外，有关对各种项的搜索的统计信息被显示在管理竞价网页上，这些统计信息包括搜索框 328、点击数框 330、点击率框 332、平均成本框 334 和总成本框 336。由此，所述网页将提供有关在用户可选择日期框 338 中选定的具体日期所对应的框的信息。虽然在图 3 的类别管理网页中示出了具体的框和特征，但是根据本发明可以使用更少或更多的框。

现在看图 4，根据本发明，广告者可访问的网页使得广告者可以基于类别来管理竞价。具体地说，类别列 402 包括一系列可由用户选择的类别。列 404 还指示了与某一具体的类别相关联的项的数量，而列 406 指示了具有不同竞价的项的数量。类别管理网页还包括用户可选择框和输入框，用于使得用户可以设置与具体类别相关的竞价信息。具体地说，用户可以访

问在竞价类型列 408 中的用户可选择框，以选择对于该项使用自动竞价还是固定竞价。输入框还使得用户可以在最高竞价列 410 中输入所期望的最高竞价。用户可以使用更新竞价选择按钮 412 来更新竞价的任何改变。最后，在最低竞价列 414 中列出了搜索项最低竞价。

类别管理网页还在竞价框 418 中提供了有关搜索结果中第一位置的所需竞价的信息。另外，有关对各种项的搜索的统计信息被显示在管理竞价网页上，其中包括搜索框 420、点击框 422、点击率框 424、平均成本框 426 和总成本框 428。由此，所述网页将提供有关在用户可选择日期框 430 中选定的具体日期所对应的框的信息。虽然在图 3 的类别管理网页中示出了具体的框和特征，但是根据本发明可以使用更少或更多的框。

现在看图 5，根据本发明，广告者可访问的网页使得广告者可以查看具体列表项的搜索性能。具体地说，用户可选择类别框 502 使得用户可以选择具体的框，以搜索具体列表项的性能。一旦用户输入的最高竞价低于某一具体搜索项的最低竞价，那么将在网页上显示警告消息 504。网页还包括标题输入框 506，使得用户可以输入具体的标题，还包括描述输入框 508，使得用户可以输入对搜索项的描述。用户还可以在 URL 框 510 中输入 URL。搜索性能网页还针对在用户可选择框 512 中选定的具体日期提供统计信息，将其显示在统计信息框 514 中。搜索性能网页还使得用户可以在用户可选择竞价类型框 516 中选择竞价类型，并在最高竞价输入框 518 中输入最高竞价。优选地，搜索性能网页示出了搜索项最低竞价 520。最后，用户可以选择多个选择按钮，包括用于删除列表项的删除按钮 522、提交按钮 524 或取消按钮 526。

现在看图 6，根据本发明，广告者可访问的网页使得广告者可以选择竞价选项。具体地说，竞价选项网页使得用户可以选择与具体列表项上的竞价相关的选项。竞价选项网页优选地包括对最低竞价 602 的指定。竞价选项网页还使得用户可以使用选择框 604 来选择在搜索结果中的期望位置。用户还可以在用户输入框 606 中输入最高竞价。最后，用户能够使用更新竞价选择按钮 608 来更新竞价，或者使用取消按钮 610 来取消竞价。

现在看图 7，根据本发明，广告者可访问的网页使得广告者可以查看

竞价结果。具体地说，用户输入框 702 使得用户可以输入一项，该项随后可被搜索选择按钮 704 选中，或者被取消按钮 706 取消。优选地，还在最低搜索项框 708 中显示最低的搜索项竞价。最后，在结果框 710 中显示出搜索结果。

现在看图 8，其中的流程图示出了根据本发明划分搜索项的方法。具体地说，在步骤 802 中创建多个搜索量层级。搜索量层级可能是基于例如搜索总数量，其中每个层级具有相同数量的搜索。然后在步骤 804 中创建多个每次点击价格层级。也就是说，每个搜索量层级被分割为多个每次点击价格层级。给定项的每次点击价格例如可以是该搜索项在某个定义的时间段内的加权平均价格。也就是说，给定项的每次点击价格可以等于该项所创造的收入除以在预定时间内的点击数量。在步骤 806 中创建多个流动性层级。每个每次点击价格层级基于流动性被进一步划分，以创建流动性层级。可以根据竞价者的数量、竞价改变的频率、改变的历史趋势、曾经最高的竞价最大值、以及与通过这一搜索项许诺的产品或服务的经济学情况有关的离线数据来确定流动性。最后，在步骤 808 中评估搜索项。下面将参考图 11-13 来更详细地描述在图 8 的各个步骤中所创建的各种层级的示例。

当在步骤 808 中评估搜索项时，对搜索项进行检查，以确定是否应对某一具体的项应用最低每次点击价格。有多种不同的方式来向各个项应用最低竞价。一种方法就是向所有的搜索项提供一个最低竞价。第二种方法就是将被搜索的各项分类到多个类别中，并且对一个类别中的所有项应用一个最低竞价。可替换地，可以对单独的项实行更细致的分析。即使在对具体类别中的各项或者被分析的单独项应用最低竞价时，也可以对所有剩余的项应用一个默认的最低竞价。在判断将何种最低竞价应用于具体的搜索项时，考虑相关搜索项的竞价可能是有用的。下面参考图 9 来描述一种实行更细致分析的方法。

现在看图 9，其中的流程图示出了一种根据本发明评估具体搜索项的方法。也就是说，如果某一具体搜索项被选出来单独地针对最低竞价而被评估，那么可以采用图 9 所示的方法。具体地说，在步骤 902 中识别出对

具体搜索项竞价的广告者。在步骤 904 中创建一系列所述广告者同样为之竞价的其他项。这一列项中优选地包括与所述具体搜索项类似的那些项。在步骤 906 中基于对其他搜索项的竞价来确定对所述具体搜索项的最低竞价，并且在步骤 908 中将其用于未来的竞价。然而应当注意，本发明的方法可以采用既往不咎法（grandfathering），其中如果用户在最低竞价被确立之前已输入了一个低于该最低竞价的竞价，则该用户可以保留他输入的竞价。虽然图 9 的方法所讨论的是单个搜索项的情况，但是该方法也可以适用于多个搜索项的情况，例如属于一组类似项的搜索项。

现在看图 10，其中的流程图示出了根据本发明为基于因特网的拍卖搜索中的项确定最低每次点击价格的方法。具体地说，在步骤 1002 中创建多个搜索量层级。在步骤 1004 中创建多个每次点击价格层级。进一步地，在步骤 1006 中创建多个流动性层级。在步骤 1008 中确定具有低的每次点击价格的搜索项。在步骤 1010 中识别对该具体搜索项竞价的广告者。在步骤 1012 中创建广告者同样为之竞价的一系列其他搜索项。在步骤 1014 中确定针对其他搜索项的竞价范围。然后在步骤 1016 中基于其他搜索项的竞价范围来确定搜索项的最低竞价。最后，在步骤 1018 中将所述最低竞价应用于所述搜索项。在图 8-10 中所示的方法可以在任何计算机上用软件来实现，并且使得服务提供者可以基于与竞价相关的实时数据来确立并更新各个项的最低竞价。

现在看图 11，其中的图表示出了根据本发明的搜索量层级的示例。如图 11 所示，第一图表示出了与搜索量层级相关联的实际数据。该图表示出了五个层级，每个层级包括在给定的月份中所完成的搜索总量的 20%。然而，根据本发明，可以采用其他准则来创建搜索量层级，例如创建具有预定数量搜索项的层级。还有一列示出了在每个层级内查询的独特项。层级根据每项的搜索数量来排名。即，第一层级包括具有最大搜索数量的项。因此，第一层级具有最少数量的被查询的独特项。图表还示出了对层级中最后一项的每月搜索。图表还示出了被覆盖的项的数量。即，图表示出了在被搜索的所有项中有多少项被不同的广告者为之竞价。还示出了搜索加权覆盖率，其提供了包括被覆盖的项在内的搜索总量的百分比。

图 11 的图表还给出了与点进情况相关的信息，并因而给出了在给定的月份中通过拍卖所创造的总收入。除了示出点进率（即，造成点进的搜索百分比）之外，还有一列示出了每个层级的付费点击数，以及平均每次点击价格和收入。最后，在一些列中示出了对应于每一层级的总点击的百分比、以及由每一层级创造的收入百分比和每层级的广告者平均数。还示出了一份图表，其中具有给定月份的调整后数字（即，含有一些具有最低竞价的项）。即，因为对于至少一部分项而言，平均每次点击价格要高一些，所以相同数量和分布的搜索所产生的总收入提高了。

现在看图 12，其中的图表示出了根据本发明的每次点击价格层级的示例。具体地说，这里被示为量层级 1 的给定量层级被划分为多个每次点击价格层级。在这个示例中，创建三个每次点击价格层级，分别代表高、中、低层级。有一列具有对应于每个每次点击价格层级的条目，指示了在每个层级中的独特项的个数。另外，有一列包括与每个每次点击价格层级相关联的月度搜索数量，还有一列指示了对应于每个每次点击价格层级的搜索百分比。另一列还示出了与每个每次点击价格层级相关联的点击、以及点击的百分比。最后，附加的列示出了每个每次点击价格层级的收入、每个每次点击价格层级的收入的百分比、平均每次点击价格、以及广告者的平均数量。可以按照相等的搜索量来确定每次点击价格层级。可替换地，可以基于每次点击价格的数值范围或者某种其他标准来确立每次点击价格层级。虽然对于每个搜索量层级示出了三个每次点击价格层级，但是可以采用任何数量的每次点击价格层级。第二份图表示出了调整后的每次点击价格数据。如图所示，当对于中间层级中的搜索项给予最低竞价时，收入有所增加。

在确定对哪些项进行评估并应用最低竞价时，试一试特定层级中的项可能是有益的。例如，在量层级 1 中具有中等每次点击价格的项可能对收入的影响最大。可以根据上述标准（例如，全局的、分类的或单独的）之一来选定对具有中等每次点击价格的所有项的最低竞价的项。如果总地应用了全局最低竞价，那么所述项将因此具有这一最低竞价。可替换地，可以将一个不同的最低竞价应用于在量层级 1 的中等每次点击价格层级内

的选定组中的项，或者如图 9 中的示例所述，可以对单独的项实行更细致的分析。在决定是否应用最低竞价或最低竞价值时，必须考虑产品的类型。虽然最低竞价一般来说可以提高收入，但是在某些情况下，最低竞价反而有可能实际上减少收入。即，最低竞价可能对某些广告者而言是不利的，使得他们决定不提交竞价。

现在看图 13，其中的图表示出了根据本发明的流动性层级的示例。具体地说，在每个量层级内的每个每次点击价格层级都被进一步划分成若干流动性层级。在图 12 的图表中的列对应于前面图表中的列。然而，通过将每次点击价格层级进一步划分成流动性层级，可能更容易识别出适于成为应用最低竞价的候选者的那些项。即，因为在任何搜索量层级或每次点击价格层级中都可能存在具有较少数量竞价者的特定项，所以竞价可能人为地偏低。可以选出流动性层级来包括具有某一范围的广告者的项。例如，每个每次点击价格层级可以包括五个类别，例如满额、超高、高、中、低。可以根据项的广告者数量来定义这些类别。例如，具有 25-50 个广告者的项将是满额，而具有 15-25 个广告者的项将是高，等等。因此，在某些流动性层级中的任何项都可以考虑实行最低竞价。可以基于全局最低竞价或类别最低竞价来确定最低竞价，或者可以对项进行单独分析来确定该项目的最低竞价。

因此，可以理解，已经描述了确定项目的最低每次点击价格的新颖方法。本领域的技术人员将会明白，这里的具体教导、大量替换物和等同物将被视为构成所公开的发明。结果，本发明不是由上述实施例来限定，而仅由所附的权利要求来限定。

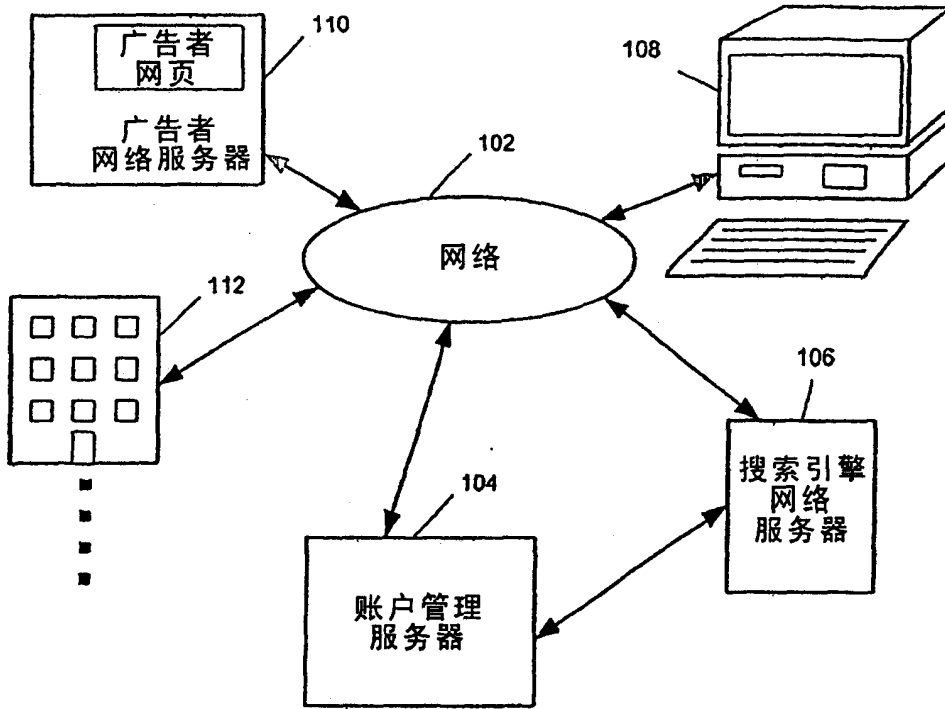


图1

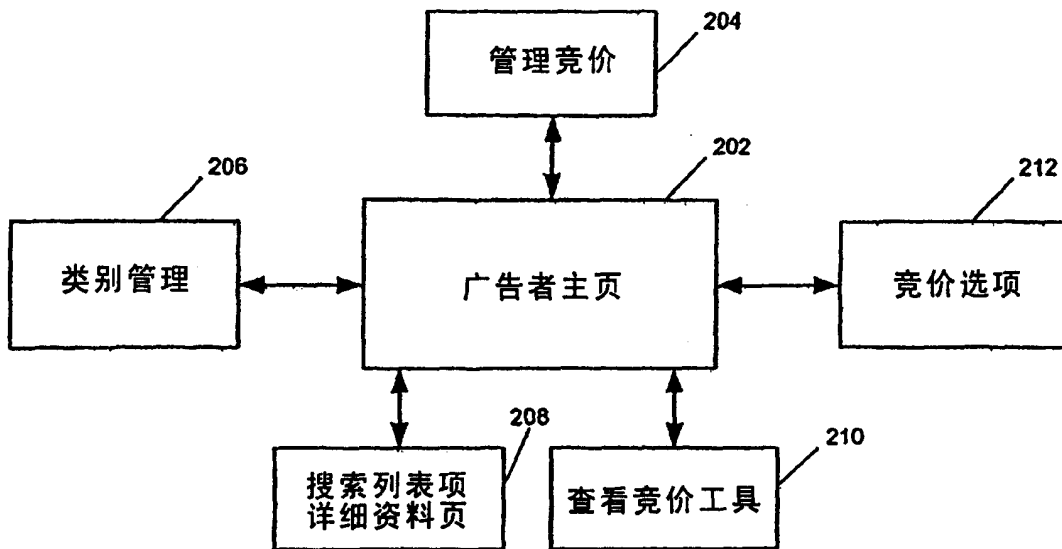


图2

Manage Bids
Set your bids and choose Auto or Fixed bidding for each term. Need more information? Click Help.

US AccountName 39233634127
Account Balance: \$454.27 Add Money

Display My Listings With: In the Search Term

View Category: All Listings

Search Term: accessories Category: Position: 7 Cost: 0.51 Bid Type: Your Max Bid (\$): 0.55 Search Term: Min Bid (\$):

Search Term	Category	Position	Cost	Bid Type	Your Max Bid (\$)	Search Term	Min Bid (\$)	Top 5 Max Bids	Searches	Clicks	Click Rate	Avg Cost	Total Cost
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67
sunolenses	accessories	7	0.51	Auto	0.55	sunolenses	0.55	0.77 0.75 0.73 0.71 0.67	4103	40	2.0%	0.52	20.67

Stats for My Terms: Yesterday

图3

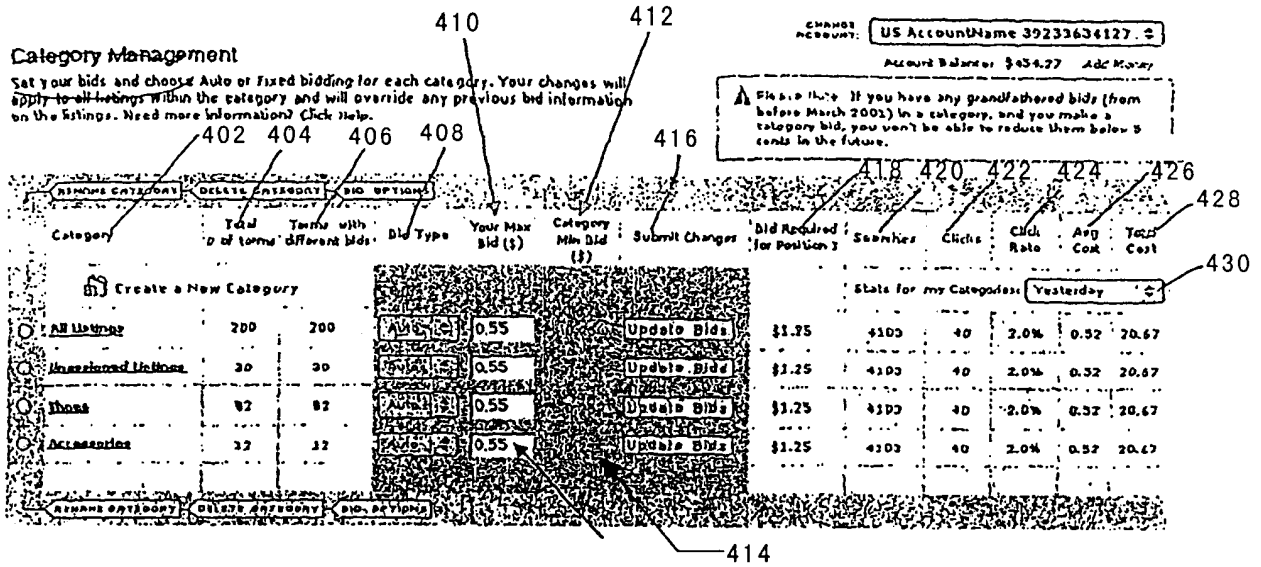


图4

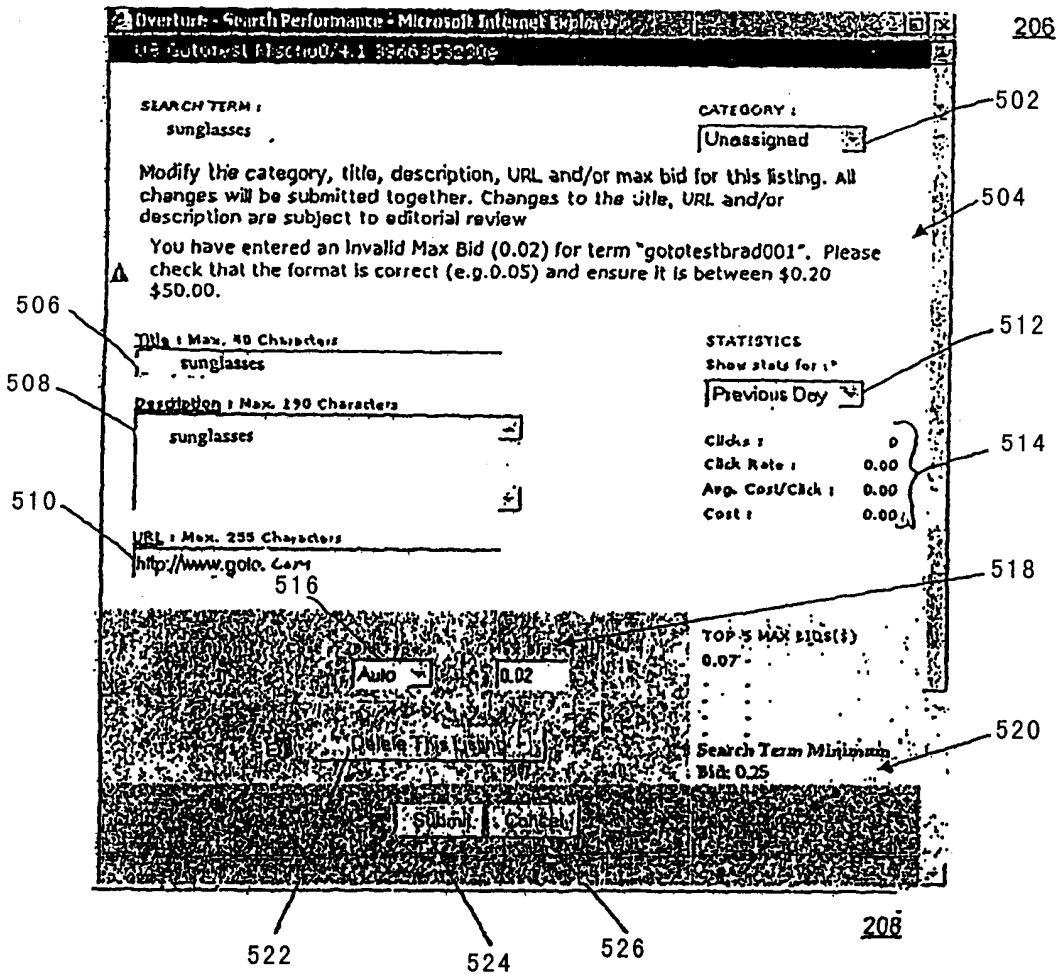


图5

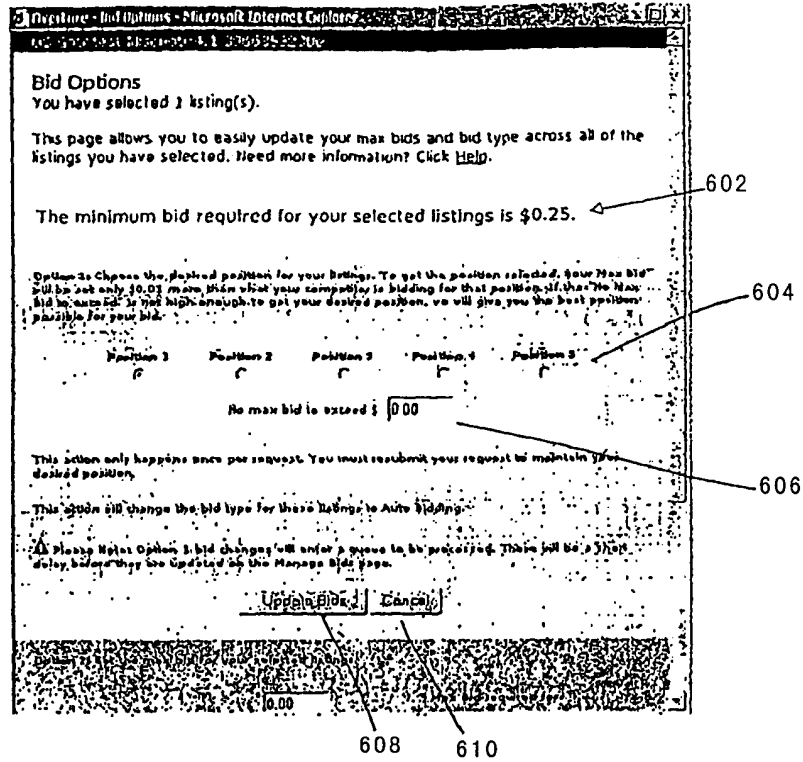


图6

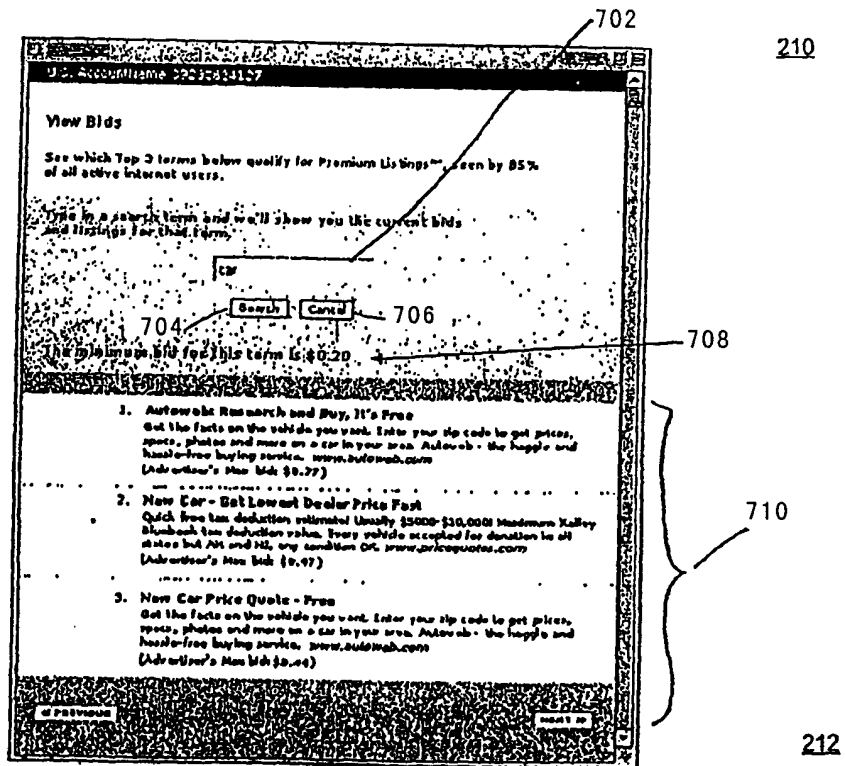


图7

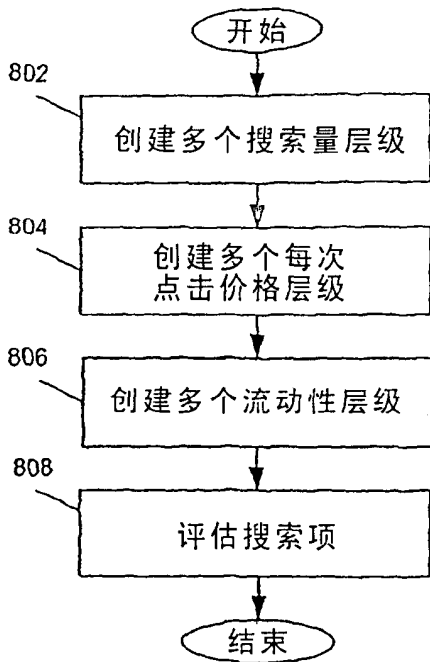


图8

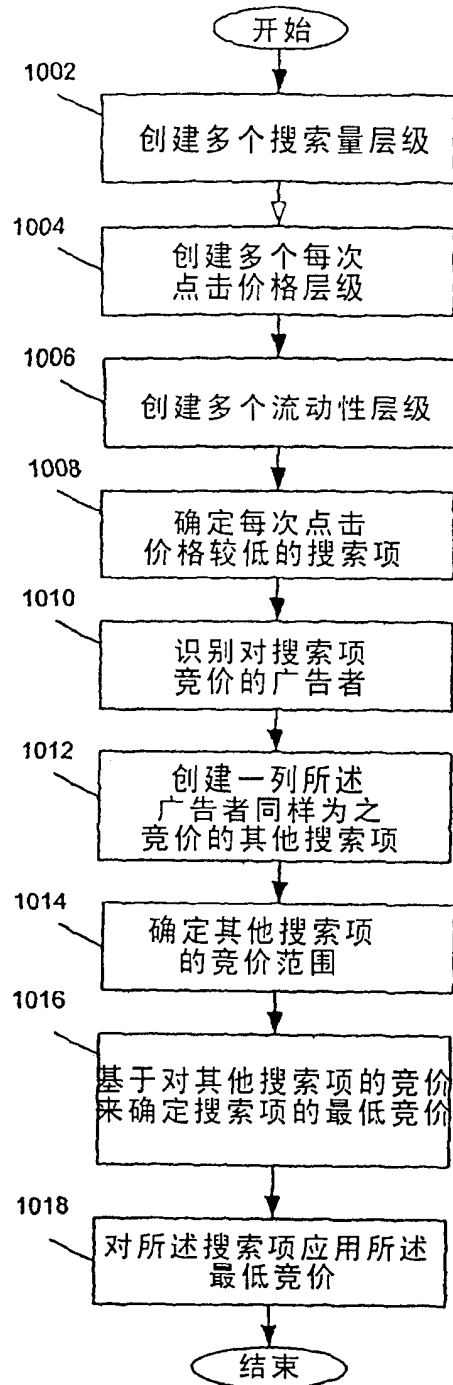


图10

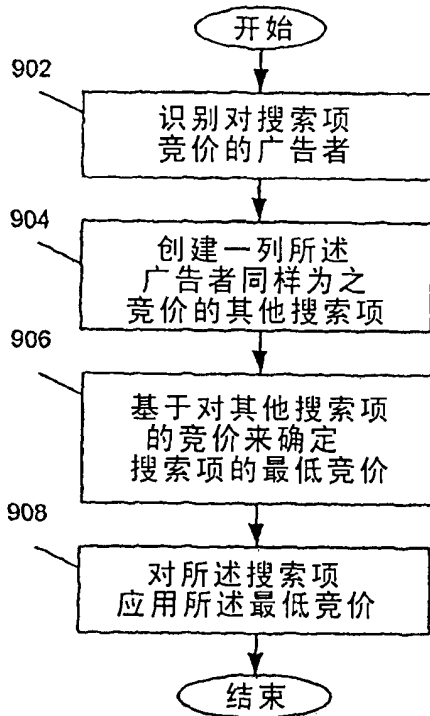


图9

七月实际	搜索量	对层级中	覆盖	搜索加权	CTR	付费点击	PPC	收入	点击	收入	广告者的
层级	独特项	最后一项的	的项	覆盖率	覆盖率	覆盖率	覆盖率	覆盖率	百分比	百分比	平均数量
层级	数量	每月搜索	数量	数量	数量	数量	数量	数量	数量	数量	数量
层级1	1,465	10,504	1,149	68%	9%	2,944,108	£0.34	£989,517	38%	56%	18
层级2	20,988	891	13,067	62%	10%	3,074,909	£0.20	£606,480	40%	35%	8
层级3	270,461	61	61,455	33%	9%	1,437,425	£0.10	£147,201	19%	8%	4
层级4	4,777,580	4	72,366	3%	12%	215,506	£0.06	£13,159	3%	1%	2
层级5	37,652,535	1	13,073	0%	11%	14,845	£0.05	£786	0%	0%	1
总计			161,110			7,686,793	£0.23	£1,757,144			10
七月调整后											
层级1	1,465	10,504	1,149	68%	9%	2,944,108	£0.37	£1,099,995	38%	49%	18
层级2	20,988	891	13,067	62%	10%	3,074,909	£0.27	£820,677	40%	37%	8
层级3	270,461	61	61,455	33%	9%	1,437,425	£0.19	£277,708	19%	12%	4
层级4	4,777,580	4	72,366	3%	12%	215,506	£0.14	£29,191	3%	1%	2
层级5	37,652,535	1	13,073	0%	11%	14,845	£0.10	£1,503	0%	0%	1
总计			161,110			7,686,793	£0.29	£2,239,074			10

图11

搜索量 层级	PPC 层级	层级中的 独特项	七月搜索	搜索 百分比	七月点击	点击 百分比	七月收入	收入 百分比	七月PPC	广告者的 平均数量
量 层级1	H	486	16,876,638	19%	1,650,616	21%	£885,529	50%	£0.54	28
	M	480	14,101,404	16%	1,068,234	14%	£92,725	5%	£0.09	6
	L	183	6,148,721	7%	225,258	3%	£11,263	1%	£0.05	1
层级1		1,149			2,944,108	38%	£989,517	56%	£0.336	18

搜索量 层级	PPC 层级	层级中的 独特项	七月搜索	搜索 百分比	七月点击	点击 百分比	调整后的 七月收入	调整后的 收入百分比	调整后的 七月PPC
量 层级1	H	486	16,876,638	19%	1,650,616	21%	£917,234	41%	£0.56
	M	480	14,101,404	16%	1,068,234	14%	£160,235	7%	£0.15
	L	183	6,148,721	7%	225,258	3%	£22,526	1%	£0.10
层级1		1,149			2,944,108	38%	£1,099,995	49%	£0.374

图12

搜索量		PPC流动性层级中的			搜索		点击		收入		广告者的	
层级	层级	层级	独特项	七月搜索	百分比	七月点击	百分比	七月收入	百分比	七月PPC	平均数量	
量层级1	H	Full	123	5,928,474	7%	875,154	11%	£621,921	35%	£0.71	39.0	
		VH	224	6,120,772	7%	551,588	7%	£195,976	11%	£0.36	18.0	
		H	85	3,122,448	4%	163,869	2%	£49,740	3%	£0.30	8.0	
		M	51	1,615,348	2%	60,000	1%	£17,887	1%	£0.30	3.7	
		L	3	89,596	0%	5	0%	£6	0%	£1.14	1.0	
	M	Full										
		VH	51	1,414,093	2%	167,451	2%	£20,520	1%	£0.12	13.0	
		H	125	3,090,424	4%	323,529	4%	£32,478	2%	£0.10	8.0	
		M	269	8,535,083	10%	565,534	7%	£39,039	2%	£0.07	3.2	
	L	L	35	1,061,804	1%	11,720	0%	£688	0%	£0.06	1.0	
		Full										
		VH										
H												
L	M	31	1,094,278	1%	74,520	1%	£3,726	0%	£0.05	2.0		
	L	152	5,054,443	6%	150,738	2%	£7,537	0%	£0.05	1.0		
	总数	1,149			2,944,108	38%	£989,517	56%	£0.336	18		

搜索量		PPC流动性层级中的			搜索		点击调整后的		收入调整后的		
层级	层级	层级	独特项	七月搜索	百分比	七月点击	百分比	七月收入	百分比	七月PPC	
量层级1	H	Full	123	5,928,474	7%	875,154	11%	£621,359	28%	£0.71	
		VH	224	6,120,772	7%	551,588	7%	£220,635	10%	£0.40	
		H	85	3,122,448	4%	163,869	2%	£57,354	3%	£0.35	
		M	51	1,615,348	2%	60,000	1%	£17,880	1%	£0.30	
		L	3	89,596	0%	5	0%	£6	0%	£1.14	
	M	Full									
		VH	51	1,414,093	2%	167,451	2%	£25,118	1%	£0.15	
		H	125	3,090,424	4%	323,529	4%	£48,529	2%	£0.15	
		M	269	8,535,083	10%	565,534	7%	£84,830	4%	£0.15	
	L	L	35	1,061,804	1%	11,720	0%	£1,758	0%	£0.15	
		Full									
		VH									
H											
L	M	31	1,094,278	1%	74,520	1%	£7,452	0%	£0.10		
	L	152	5,054,443	6%	150,738	2%	£15,074	1%	£0.10		
	总数	1,149			2,944,108	38%	£1,099,995	49%	£0.374		

图13