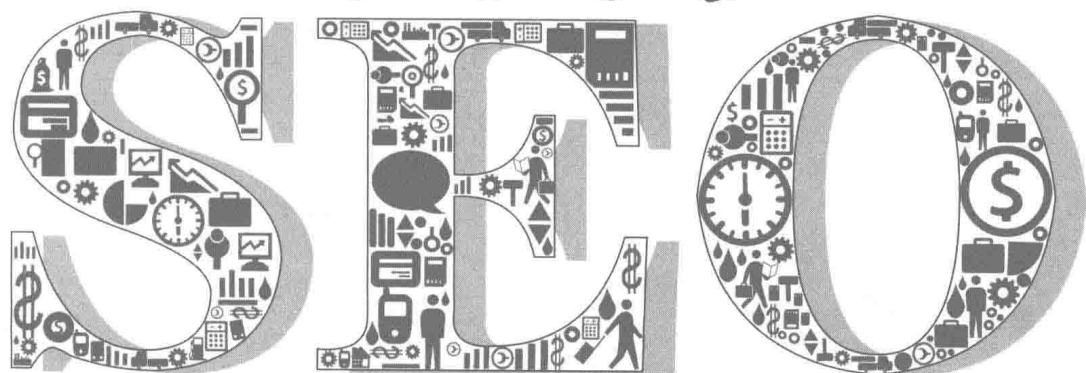


跟我学



从入门到精通

张新星 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书从实战出发，少有理论，目的是让绝大多数 SEO 初学者以及从业人员感觉有可操作性，不会有云里雾里的感觉。书中穿插介绍作者在搜索引擎算法更新后的操作策略以及对未来 SEO 的思考，能让 SEO 从业者在遇到危机的时候有一些参照。

本书读者对象主要是针对互联网从业者或者喜欢互联网的大学生等。除了互联网从业者，本书对一些企业网站负责人也有非常重要的意义，可以帮助企业网站负责人重新认识企业网站的价值。现阶段还有很多企业网站使用 Flash 作为首页，对于 SEO 来说这是致命的错误。本书中提到的每一个知识点都会在书中通过各种角度阐述，并且是逐步推进，就算没有任何程序基础或者没有任何 SEO 基础的读者都能轻松入门。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

跟我学 SEO 从入门到精通 / 张新星编著. —北京: 电子工业出版社, 2016.3
ISBN 978-7-121-28056-6

I. ①跟… II. ①张… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 009890 号

责任编辑: 张 毅 文字编辑: 徐 岩

印 刷: 三河市鑫金马印装有限公司

装 订: 三河市鑫金马印装有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 720 × 1000 1/16 印张: 23.75 字数: 452 千字

版 次: 2016 年 3 月第 1 版

印 次: 2016 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 55.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：(010) 88258888。

前言

SEO 行业近些年发展非常迅速，但是市场上可供阅读的书籍非常少，互联网上关于 SEO 的内容也参差不齐，导致 SEO 初学者没有一个完整的学习体系。多数 SEO 行业书籍都是翻译外文而来，自然也是针对 Google 的 SEO 理论，SEO 初学者阅读这些书籍会非常困难，想要将书中的理论转化为实战的技术更是不容易。本书从需要了解 SEO 基础知识开始讲解，书中所有知识点都是紧密结合国内 SEO 优化现状，通过对 SEO 各种技能的讲解让读者更加具体地了解 SEO，最后为读者呈上用十二个月打造一个成功的网站章节，一步一步地引导读者进入 SEO 行业。

本书特色

1. 书中很多 SEO 理论都是被一些 SEO 培训机构认为是秘密的话题，作者将这些理论分享出来，希望能为推动 SEO 行业的良性发展做出一点贡献。直到今天，还有 SEOER 认为 SEO 就是作弊、欺骗搜索引擎等恶劣的手段，长久以来，这样的疑惑没有得到正确合理的解答。一些 SEO 培训机构也故意将 SEO 传奇化，让 SEOER 越来越摸不着头脑。这一切问题相信阅读完本书之后读者会找到答案。

2. 本书首次将域名选择、服务器选择、CMS 选择、内容获取纳入 SEO 的书籍当中，全部理论都是从实战出发，清晰明了地引导读者进行 SEO 的学习。相比较而言，其他的一些 SEO 书籍仅仅是谈理论，很少有实际操作指导。

3. 本书中，作者将多年累积的 SEO 经验和盘托出，完整讲述了 2012 年 6.28 百度搜索引擎屏蔽网站的经历和解决方案。高质量的内容已经被 SEO 行业公认为影响网站关键词排名的最重要因素。本书作者从文章的需求出发，挖掘深层次的文章撰写和编辑标准。这些都是 SEO 类似书籍没有提到过的。“SEO 十万个为什么”章节更是直击很多 SEOER 的痛点，一直以来很多 SEOER 都对 SEO 中的许多问题非常疑惑，但是没有办法找到一个清晰完整的答案，本书中对这些疑难问题做了深入的剖析和解答。在 SEO 书籍中这是首次。书籍出版后作者将在博客开辟专门的平台，与读者进行在线的交流和答疑，在 SEO 书籍中这也是首次的尝试。

4. 本书中，站群内容单独为一章节，这是其他同类书籍没有的。站群的操作

一直以来被 SEO 行业认为是秘密，不愿意对外公开，相信这会是一个很大的卖点。“SEO 十万个为什么”章节也是非常具有吸引力的，这是作者长久以来在大量 SEO 诊断过程中积累的真实案例，非常具有实战性，能帮助读者解决很多 SEO 中遇到的疑惑，这是同类型 SEO 书籍中没有出现过的。除此之外，本书的最大亮点是“用十二个月创造一个成功的网站”，这个章节中作者从域名选择、服务器选择到 CMS 的选择和优化都做了深入的分析，手把手地指导读者用十二个月创造一个成功的网站。每一步都是紧密结合实战，有极强的操作性，这些都是同类书籍没有的。

本书内容及体系结构

第1章 SEO 原来如此

本章中作者为各位读者简要地介绍了 SEO 是什么以及一些在学习 SEO 过程中需要了解的名词和关系。这些对于初学者来说非常重要，建议读者要细心琢磨，务必做到充分地理解。这样在后面的学习中才能更加轻松。

第2章 理解搜索引擎的工作原理

本章中作者为大家介绍了搜索引擎的工作原理，也深入分析了搜索引擎中文分词以及内容处理的知识。这对于后面的学习非常有帮助。后面对《百度搜索引擎网页质量白皮书》的深入解读能让我们了解到搜索引擎到底是通过什么样的方法去判断网页的质量，这样我们才能明确 SEO 的方法和目标。SEO 绝非像某些 SEOER 想象的那样是欺骗搜索引擎，相反，我们的目的是要去迎合搜索引擎的喜好，而搜索引擎的喜好就是用户的喜好，这是一个网站的立身之本。

第3章 搜索指令介绍和常用站长工具使用指南

本章中作者为大家介绍了常用的搜索指令以及收录量和索引量等数据的区别和联系。这些都是为开始 SEO 做准备，只有学会分析这些数据，才能在日后的 SEO 过程中懂得如何和搜索引擎进行沟通。后面我们重点讲述百度站长工具等一系列在 SEO 过程中常用的工具，这些都是我们在 SEO 中的左膀右臂，大家在阅读这部分的时候一定要亲自体验，这样才能更加深入地理解这些工具的使用技巧。

第4章 HTML、CSS 只须了解这么多

本章中作者对开始 SEO 之前需要了解的知识点进行了一次全景的介绍，从 HTML 入手讲述了 title 等重要标签的用法和注意事项，这些标签在 SEO 过程中扮演着重要的角色。读者一定要细心琢磨这些标签的使用方法。如果现在还不是特别清楚也不必要担心，只需要带着这个问题进行后面章节的阅读。本书的特点是每一个知识点都不是孤立存在的，本章中提到的这些知识点会在后续章节中多次提到，

通过不同角度的讲解一定会让读者最终掌握。

第 5 章 建站是如此简单的事情

本章中我们从作者的亲身经历出发讲述了域名中包含关键词对 SEO 的影响，由此展开在 SEO 过程中应该如何选择域名和服务器。这是非常重要的工作，很多 SEOER 对于这一步骤不够重视，马马虎虎就开始建站，结果导致很多问题——有些域名在注册后几个月被删除，导致之前的 SEO 工作白做；有些服务器在运营几个月后崩溃或者是服务器商直接倒闭。这些事情都是作者亲身经历的事情。这也正是作者将域名和服务器的选择单独作为一章的原因。

第 6 章 从零开始学关键词优化

本章中作者阐述了一些 SEO 指导思想，让读者在开始 SEO 之前了解外链和内容关系，接着我们又从关键词的选择出发，简要介绍了关键词优化的基本思路。这一切仅仅只是开始，作者一直认为 SEO 不仅仅是知道一些理论这么简单，接下来的第七章中作者即将对内容部分展开详细的剖析，从各个角度帮助读者理解什么是搜索引擎喜欢的内容以及如何获取搜索引擎喜欢的内容。

第 7 章 何为“内容为王，外链为皇”

本章我们从内容的重要性出发讲述了内容的获取方法以及内容的编辑技巧等知识点。在 SEO 工作中这是极其重要的，作者希望读者要再三研读本章内容，务必做到融会贯通，尤其是仿写、聚合、扫描等思维大多数是作者第一次公开，具有非常高的实战性。

第 8 章 疯狂的权重

本章的标题是“疯狂的权重”，一方面我们希望网站关键词权重疯狂地提升，一方面我们也应该为了 SEO 而“疯狂”起来。SEO 是一个需要敢想敢做的行业，这个行业没有固定的模式和方法，只有我们不断地突破自我、突破常规才能获得意想不到的收获。当然要想突破常规我们首先需要熟练常规，这也是我们为什么要多次提及 SEO 的基本操作要领的原因。本章的最后我们讲述了一些黑帽 SEO 的手法，这些手法绝非空穴来风，都是 SEO 高手通过研究得出的搜索引擎对于网站评价的标准。尽管这些黑帽方法可能会过时，也不是作者想推荐给大家使用的，但是这种研究的态度和方法是我们需要学习的，只要掌握了这个方法，才能在搜索引擎算法不断调整中获取到新的 SEO 方法。

第 9 章 站群不是简单地建设一群站

本章是本书最为重点的部分，也是全书的亮点所在。一直以来站群的操作都被认为是 SEO 行业的秘密。很多 SEOER 一直都不明白为什么自己的站群和人家使用

同样的软件进行操作，但是人家的排名非常多，自己的却被搜索引擎屏蔽，仔细阅读完本章后读者一定能找到这个问题的答案。

第 10 章 SEO 十万个为什么

本章可以说是对前面九章中遗漏问题的补充和对前面九章的总结。其内容比较杂乱，但是问题都来自于一线的 SEOER。分析这些问题我们可以看出，SEOER 最看重的东西无非就是收录、权重、排名。这确实是每一位 SEOER 的目标和使命，但是过度地看重这个结果而不将想法落实是非常可怕的。

第 11 章 用十二个月创造成功网站

本章中作者借助于 Brett Tabke 的诸多观点重新对 SEO 的知识点进行了梳理。因为本章的核心目的是用十二个月打造一个成功的网站，因此某些知识点可能会和我们之前章节提到的有矛盾。大家要尝试去理解这样的矛盾，这些矛盾也恰恰是现代 SEO 行业的矛盾所在。

第 12 章 SEO 的发展和未来

SEO 的未来是一个深远的话题。近两年有很多将 SEO 妖魔化的言论，认为 SEO 就是通过作弊的手法进行关键词排名的手段。这也引起了很多 SEOER 对 SEO 行业的不信任，甚至有一些人认为 SEO 会被淘汰或者最终将没有 SEO。本章作者将对此问题展开分析，相信能让读者得到一个满意的答案。

本书读者对象

本书适合以下读者使用：

- SEO 初学者
- 爱好互联网创业的大学生
- 网站站长
- 企业网站负责人
- SEO 从业者
- 互联网爱好者

推荐语

本人网名三叶虫，也叫虫虫，2007年开始开发 SEO 工具软件，在论坛、博客外链建设、站群管理、外贸 SEO 方面进行了大量的技术开发工作。很荣幸被阿星在《跟我学 SEO 从入门到精通》一书里，选择了我的《虫虫营销助手》软件作为 SEO 辅助工具，并大幅进行了如何应用软件当中的站群管理功能的相关介绍。在接受邀请作序之前，我们并不熟识，于是我提出先看看样稿，看完之后敲出这段文字。

我本人接触 SEO 从 2005 年开始，当时是帮助朋友的网站做一些排名优化。在这个过程中，知道了当时做 SEO 的基本方法：站内内容优化，外链建设，网站内容更新。因为本身是程序员，发现了外链建设和网站内容更新这两块都可以通过编写软件来实现，简化了大量的人工操作工作。其中外链建设部分，可以注册开设大量博客账号、论坛账号，在上面发布文章内容并带上自己网站的关键词和链接，效果非常好。当 SEO 竞争日益激烈的时候，外链建设日益困难，单个网站流量有限，于是站群的概念出来了一些有执行力的站长开始实施。我们配合站长的需求开发了对站长自己掌握的大批网站的内容管理功能，从此站长可以利用软件支持的 CMS 或者博客、论坛等建站程序搭建大批网站，使用软件进行管理，效果也是很好的，大量的用户通过站群从搜索引擎获取到巨量流量。

SEO 发展到 2015 年，很多人说 SEO 已死。产生这种说法的原因之一，目前的状况是国内的百度一家独大，通过竞价的方式垄断了排名，自然排名难做而且永远排在后面。谷歌早已退出，普通用户接触不到，只有外贸客户仍然持续关注。原因之二是移动互联网发展太过迅猛，很多方面都已经超越了传统互联网，搜索引擎在移动互联网中占的流量入口比例并不大，应用商店里面的各种 APP 不需要搜索引擎而直接引流。

我个人是不同意上面这种说法的。第一个方面，从长远的角度来说，互联网和搜索引擎会一直存在，无论是对 PC 端还是移动端，SEO 也会一直存在，网站要生存，还是必须符合 SEO 的规范，也要做 SEO 相关的工作，SEO 的基本原理也不会变。搜索引擎不等于百度一家。谷歌、bing 才能代表全球化的搜索引擎。第二个方面，移动搜索仍然能贡献大量流量，并不会和传统互联网冲突，我们也显然不能因为移动互联的崛起而对 SEO 持悲观态度。

在这本书里，阿星对 SEO 的基本原理、操作手法、相关技巧等都做出了很详细平实的描述，并配备了大量案例、实际操作和插图，非常的实用和接地气，适合新手入门进阶阅读。

作为虫虫 SEO 软件的创始人，我会一直对传统 SEO 网络营销领域保持关注，持续提供工具服务与广大站长，同时所在的团队也在扩大规模投入到新崛起的移动营销领域中。

虫虫营销助手创始人 三叶虫

目录

第1章 SEO 原来如此

- 1.1 SEO, 我们来了! / 1
- 1.2 SEOER 到底在做些什么? / 2
- 1.3 SEO 为了什么? / 2
- 1.4 关键知识点 1: SEO 之前需要了解这些 / 4
 - 1.4.1 域名 / 4
 - 1.4.2 服务器 / 5
 - 1.4.3 HTML / 5
 - 1.4.4 CMS / 6
 - 1.4.5 百度指数 / 6
 - 1.4.6 网站权重 / 7
 - 1.4.7 目标关键词 / 7
 - 1.4.8 长尾关键词 / 9
 - 1.4.9 外链 / 10
 - 1.4.10 锚文本 / 11
- 1.5 深度学习 1: 这些关系不能混淆 / 12
 - 1.5.1 绝对地址和相对地址的关系 / 12
 - 1.5.2 二级域名和二级目录的关系 / 13
 - 1.5.3 域名后缀和网页权重的关系 / 14
 - 1.5.4 关键词频率和密度的关系 / 15
 - 1.5.5 百度快照和网页权重的关系 / 16
- 1.6 本章小结 / 17

第2章 理解搜索引擎的工作原理

- 2.1 蜘蛛 spider 并非是动物 / 18
 - 2.1.1 蜘蛛 spider 的分类 / 18

- 2.1.2 蜘蛛 spider 的抓取方式 / 20
- 2.1.3 蜘蛛 spider 是不是和我们一样聪明 / 21
- 2.1.4 什么导致搜索引擎蜘蛛不能顺利爬行 / 23

- 2.2 深入分析中文分词 / 25
- 2.3 有必要了解内容处理和索引 / 26
- 2.4 关键知识点 2: 搜索引擎怎样计算内容相关性 / 29
 - 2.4.1 影响内容相关性的主要因素 / 29
 - 2.4.2 语义分析和网页权重的关系 / 30
- 2.5 关键知识点 3: 搜索引擎如何判断低质量内容 / 31
- 2.6 关键知识点 4: 反作弊和人工干预意在去除什么样的内容 / 32
- 2.7 深度学习 2: 搜索引擎算法研究 / 34
 - 2.7.1 绿萝算法分析 / 34
 - 2.7.2 石榴算法分析 / 35
 - 2.7.3 Google 熊猫算法分析 / 38
- 2.8 深度学习 3: 解读《百度搜索引擎网页质量白皮书》 / 38
- 2.9 本章小结 / 43

第3章 搜索指令介绍和常用站长工具使用指南

- 3.1 误区 1: 索引量不是收录量 / 44
- 3.2 误区 2: site 有时候是不准确的 / 48

- 3.3 关键知识点 5: site 结果和网站权重有何关系 / 49
- 3.4 关键知识点 6: domain 结果和反链接的关系 / 52
- 3.5 快速提升 domain 结果数 / 54
- 3.6 其他的一些搜索指令 / 55
- 3.7 百度站长平台使用指南 / 57
- 3.8 站长之家站长工具使用指南 / 68
- 3.9 非常好用的买链帮手 / 72
- 3.10 词库网使用指南 / 74
- 3.11 本章小结 / 75

第 4 章 HTML、CSS 只须了解这么多

- 4.1 HTML 是这样一步步走来的 / 76
- 4.2 这些标签对于 SEO 非常重要 / 77
 - 4.2.1 标题标签: <title> / 77
 - 4.2.2 关键词标签: <keywords> / 78
 - 4.2.3 描述标签: <description> / 79
 - 4.2.4 超链接标签: <a> / 80
 - 4.2.5 图像标签: / 81
 - 4.2.6 <nofollow>标签 / 84
 - 4.2.7 <H>标签 / 84
 - 4.2.8 标签 / 85
- 4.3 误区 3: KEYWORDS、DESCRIPTION 不重要了吗? / 85
- 4.4 关键知识点 7: 这样理解 TITLE 更加合理 / 86
- 4.5 关键知识点 8: TITLE、KEYWORDS、DESCRIPTION 的写法 / 89
 - 4.5.1 什么是 title、keywords、description / 89

- 4.5.2 title、keywords、description 的写法 / 90

- 4.6 CSS 需要知道一些 / 91
 - 4.6.1 CSS 概述 / 91
 - 4.6.2 CSS 历史 / 92
 - 4.6.3 采用 CSS 布局相对于传统的 TABLE 网页布局的显著优势 / 92
 - 4.6.4 CSS 的限制 / 93
- 4.7 关键知识点 9: DIV+CSS 对 SEO 的影响 / 98
- 4.8 本章小结 / 99

第 5 章 建站是如此简单的事情

- 5.1 关键知识点 10: 域名中包含关键词全拼对 SEO 的影响和经历 / 101
- 5.2 过期域名抢注应该注意什么事项 / 103
- 5.3 国内外知名注册商介绍推荐 / 105
- 5.4 误区 4: 服务器和 SEO 的关系 / 105
- 5.5 深入学习 4: Windows 服务器的选择、配置以及安全设置 / 106
 - 5.5.1 Windows 服务器的介绍 / 106
 - 5.5.2 Windows 服务器的配置 / 107
 - 5.5.3 安全狗配置之主动防御 / 112
 - 5.5.4 安全狗设置之安全策略 / 118
- 5.6 企业网站建设全攻略 / 132
 - 5.6.1 企业网站选择什么样的域名 / 132
 - 5.6.2 企业网站选择什么样的服务器 / 133
 - 5.6.3 企业网站选择什么样的 CMS / 134
- 5.7 行业网站建设全攻略 / 135
 - 5.7.1 行业网站选择什么样的域名 / 135
 - 5.7.2 行业网站选择什么样的服务器 / 136

5.7.3 行业网站选择什么样的CMS / 137

5.8 dedecms 介绍 / 139

5.9 WordPress 介绍 / 146

5.10 Discuz! 介绍 / 147

5.11 本章小结 / 148

第6章 从零开始学关键词优化

6.1 SEO 指导思想 / 149

6.1.1 关键知识点 11: 如何理解“内容为王, 外链为皇”等概念 / 149

6.1.2 如何增加网站外链 / 150

6.1.3 增加外链的时候应该注意什么 / 151

6.1.4 什么样的链接才是优质链接 / 152

6.1.5 关键知识点 12: 什么样的内容才是搜索引擎喜欢的 / 154

6.1.6 新站收录方法以及链接传递权重的探讨 / 155

6.1.7 SEO 有一种境界是逆向思维 / 156

6.1.8 误区 5: SEO 是一门学问, 不是一门技术 / 157

6.1.9 作者谈 SEO 的核心理论 / 157

6.1.10 关键知识点 13: SEO 精髓之四处一词 / 158

6.2 深入学习 5: 关键词的筛选和竞争性分析 / 162

6.2.1 关键词如何确定 / 162

6.2.2 关键词竞争性分析 / 163

6.2.3 优化关键词的重点是什么 / 166

6.3 本章小结 / 168

第7章 何谓“内容为王, 外链为皇”

7.1 外链如何影响网站的排名 / 171

7.2 搜索引擎为何打击外链交换平台 / 172

7.3 现阶段应该如何操作外链 / 174

7.4 关键知识点 14: 内容如何影响关键词排名 / 175

7.5 搜索引擎从哪些方面判断文章的质量 / 177

7.6 深入学习 6: 怎么样理解伪原创 / 180

7.7 正确理解仿写和仿写的操作手段 / 181

7.8 关键知识点 15: 聚合是一种很好的 SEO 思路 / 183

7.9 深入学习 7: 作者在 SEO 过程中使用过的内容获取手段以及思维方式 / 187

7.10 关键知识点 16: 如何编辑搜索引擎喜欢的内容 / 189

7.10.1 详解“多分段, 短句子, 图文并茂” / 189

7.10.2 充分掌握站内锚文本策略 / 191

7.11 关键知识点 17: 文章的发布是分阶段执行的 / 193

7.11.1 网站刚上线应该怎么样发布文章 / 194

7.11.2 网站上线 1~3 个月应该怎么样发布文章 / 197

7.11.3 网站上线 3 个月后排名改变如何调整文章发布策略 / 198

7.11.4 网站上线 1 年后如何建立稳定的排名 / 198

7.12 本章小结 / 199

第 8 章 疯狂的权重

- 8.1 关键知识点 18: 如何避免关键词自我竞争 / 200
- 8.2 关键词怎么样布局 / 201
- 8.3 关键词着陆页的选择 / 206
- 8.4 深入学习 8: 关键词排名各阶段操作手册 / 208
 - 8.4.1 关键词排名进入 100 名之后如何操作 / 209
 - 8.4.2 排名进入 20 名之后如何操作 / 209
 - 8.4.3 关键词排名进入前三名后如何操作 / 214
 - 8.4.4 关键词排名在 10~13 位无法前进如何操作 / 215
- 8.5 深入学习 9: 站内优化是现阶段 SEO 最重要环节 / 218
 - 8.5.1 怎么样写一个广告文案级的 TITLE / 218
 - 8.5.2 误区 6: 一句话次导航真的有如此大的作用吗 / 222
 - 8.5.3 如何有效增加关键词密度 / 223
 - 8.5.4 巧妙使用文字介绍区块 / 224
 - 8.5.5 详解 301 重定向 / 225
- 8.6 不为人知的黑帽手法汇总 / 231
 - 8.6.1 抓取微博、贴吧内容生成网页方法 / 231
 - 8.6.2 使用点击器快速获得排名 / 233
 - 8.6.3 单页站 SEO 优化方法 / 233
- 8.7 本章小结 / 235

第 9 章 站群不是简单地建设一群站

- 9.1 为什么有些人的站群能经历各种算法不被 K 掉 / 237
- 9.2 误区 7: 站群并不是垃圾网站 / 238
- 9.3 站群策略推广是一个体力活 / 240
- 9.4 站群操作的风险和收益 / 242
- 9.5 哪些行业可以考虑站群方法操作 / 244
- 9.6 如何选择站群域名以及如何购买价格便宜的域名 / 245
- 9.7 关键知识点 19: 站群服务器如何选择 / 248
- 9.8 站群服务器如何设置安全策略 / 249
- 9.9 站群应该选择什么样的 CMS? / 254
- 9.10 关键知识点 20: 站群的内容从何而来? / 259
- 9.11 怎么样选择适合自己的站群软件? / 263
 - 9.11.1 虫虫营销助手主要功能模块介绍 / 263
 - 9.11.2 虫虫营销助手支持的网站列表 / 264
 - 9.11.3 虫虫营销助手使用中需要注意的事项 / 267
- 9.12 站群之间应该如何进行链接? / 274
- 9.13 关键知识点 21: 站群获得排名后如何将用户引流到主站 / 275
- 9.14 深入学习 10: 站群遭到攻击操作策略大全 / 276
- 9.15 本章小结 / 279

第 10 章 SEO 十万个为什么

- 10.1 是不是权重高了关键词才有排名? / 280
- 10.2 现在锚文本还有用吗? / 281
- 10.3 关键知识点 22: 怎么提高网站收录? / 282
- 10.4 网站挂了黑链导致百度降权, 清理后多久恢复? / 284
- 10.5 网站因为中毒停止了两年, 再次做站怎么样能尽快被收录? / 284
- 10.6 修改网站标题导致关键词排名下降怎么办? / 285
- 10.7 快照回档的原因分析 / 285
- 10.8 网站收录不了是为什么 / 286
- 10.9 用现成的模板做网站怎么样提高权重? / 288
- 10.10 网站收录的问题 / 288
- 10.11 关键知识点 23: 主关键词排名一直徘徊在 2~3 页 / 289
- 10.12 搜索引擎收录首页后蜘蛛没有再来过 / 289
- 10.13 搜索引擎查询网站标题找不到, 排名也消失 / 290
- 10.14 新站如何通过 SEO 提升排名 / 291
- 10.15 SEO 仅仅是发文章和增加外链吗? / 291
- 10.16 如何优化才能让关键词快速获得排名? / 292
- 10.17 网站怎么样才能提高访问量 / 293
- 10.18 同一个 IP 的站群问题 / 295

- 10.19 网站上个月上线, 快照却是 2010 年的 / 295
- 10.20 友情链接的问题 / 296
- 10.21 site 首页不在第一位是否意味着降权 / 296
- 10.22 网站关键词排名突然下降的原因在哪? / 297
- 10.23 新站 1 个半月时遇到的这种情况正常吗? / 297
- 10.24 我的爱站还需要怎样的优化呢? / 300
- 10.25 网站被 K, 首页不收录怎么办? / 301
- 10.26 关键知识点 24: 如何提升长尾关键词排名? / 301
- 10.27 关键知识点 25: 新站收录方法等问题解答 / 301
- 10.28 SEO 到底是否需要学习 WEB 编程 / 302
- 10.29 网站没有内容, 收录上不去怎么办? / 303
- 10.30 本章小结 / 303

第 11 章 用十二个月创造成功网站

- 11.1 向站长世界的创始人 Brett Tabke 致敬 / 305
- 11.2 关键知识点 26: 准备工作和建立内容 / 309
- 11.3 域名选择策略 / 309
 - 11.3.1 注册域名需要注意什么 / 309
 - 11.3.2 通过中介购买域名需要注意

- 什么 / 310
- 11.4 关键知识点 27: 网站设计越简单越好 / 312
 - 11.4.1 简单不是没有内容 / 312
 - 11.4.2 哪些标签代码是不能省略的 / 323
- 11.5 网页大小已经不再重要 / 325
- 11.6 深入学习 11: 内容的来源和编辑 / 326
- 11.7 深入学习 12: 关键词密度和位置的重要性 / 328
- 11.8 网站内的交叉链接需要提前规划 / 331
- 11.9 开通网站的注意事项 / 333
- 11.10 关键知识点 28: 网站提交后的快速收录 和操作策略 / 334
- 11.11 记录和跟踪 / 338
- 11.12 内容的选择 / 340
- 11.13 SEO 行业真的存在秘籍吗 / 341
- 11.14 导出链接的控制 / 342
- 11.15 让网站内容丰富起来 / 343
- 11.16 研究日志文件 / 344
- 11.17 六个月的时候, 检查提交的网站 / 346
- 11.18 本章小结 / 346
- 繁更新算法 / 348
 - 12.1.1 作者亲历百度 6.28 事件后的策略调整 / 350
 - 12.1.2 未来搜索引擎算法更新预测 / 352
- 12.2 搜索引擎未来会重点从哪些方面评估网站 / 356
 - 12.2.1 误区 8: 外链时代已经结束? / 356
 - 12.2.2 除了外链我们还能做些什么? / 357
 - 12.2.3 搜索引擎喜欢什么样的网站? / 358
- 12.3 深入学习 14: 解读《Google 排名影响因素调查 2014 年版》 / 360
 - 12.3.1 深入解读《Google 排名影响因素调查 2014 年版》(一) / 360
 - 12.3.2 深入解读《Google 排名影响因素调查 2014 年版》(二) / 361
 - 12.3.3 深入解读《Google 排名影响因素调查 2014 年版》(三) / 362
- 12.4 关键知识点 29: 国内 SEO 和国外 SEO 的差别 / 363
- 12.5 SEO 的未来 / 364
- 12.6 结束语 / 365

第 12 章 SEO 的发展和未来

- 12.1 深入学习 13: 搜索引擎为什么频

第 1 章

SEO 原来如此



SEO 是什么？简单地说，SEO 就是搜索引擎优化，是指从自然搜索结果中获得排名的技术和过程。本书中作者将和大家一起探讨关于 SEO 的方方面面。为了能帮助刚入门的 SEOER 更加容易地理解 SEO 理论，本章中作者将对 SEO 进行一个全景的解析。阅读过程中基础较弱的读者难免会遇到一些不太容易理解的问题，不必为此烦恼，带着这些疑问进入后面章节的阅读会得到更多的启发。

SEO 本来就是一个探索的过程，这也是 SEO 的学习和其他知识学习的最大不同，只有带着这种探索精神不断地努力，才能在 SEO 行业获得更大的收获。下面就让我们一起开始 SEO 的探索。

1.1 SEO，我们来了！

SEO 的进步伴随搜索引擎的发展。曾经的几年，行业内一度认为 SEO 是一种作弊的方法，直到近年才得以正名，《百度网页搜索质量白皮书》也清晰地阐述了 SEO 的重要性。伴随着 Rand Fishkin、Zac 咎辉等国内外前辈的推动，SEO 逐渐形成了一套完整的理论。

SEO 探索的道路上，作者遇到过很多的问题，比如：“我的域名和人家的同一时间注册的，CMS 也是一样的，什么都一样，为什么人家的有了排名，我的什么都没有了？”在 SEO 行业，这是一个无法回答的问题，这个行业有太多的不确定因素。开始之前我们首先要做好这样的心理准备，不要天真地认为按照某一手法操作就一定有排名。当然我们的意思并不是 SEO 就没有头绪，无从下手。本书不会和传统的 SEO 书籍一样讲太多理论，我们把重点放到如何引导读者对自己的 SEO 进行思考、执行。

好了，下面我们将正式开始 SEO 的学习。现在开始请在思想中考虑一些需要优化的关键词，相信读完本书您将得到如何将它做到排名前三的答案。

1.2 SEOER 到底在做些什么?

初学者一定会有这样的问题：“SEO 需要做什么？”回答这个问题非常简单，无论在哪个 SEO 培训机构都会得到相同的答案。第一步：选择域名，购买服务器，选择 CMS；第二步：优化 CMS，搭建网站；第三步：发布文章，增加外链。说起来似乎非常简单，去年有一位 SEOER 对作者说：“我网站上线一个月了，现在没有排名，我自己除了发布文章不知道做什么。”

这里我们首先做一个概括性的回答，后面的章节中将做详细分析。作者认为以上的三点固然是 SEO 的必备条件，但是更为重要的是我们如何才能选择到适合自己的优化关键词，什么样的文章才适合这个关键词的优化，等等。我们总是放眼于指数高的关键词，幻想其获得排名后带来极其庞大的流量，但是这样的关键词或许根本无法通过自己的资源和能力实现排名。起步的失误导致无论我们做了多少努力都没有收获，挫败感让我们觉得 SEO 无从下手，觉得自己的能力太差，从而放弃。

即使非常幸运地将排名做到了前三位，可待了几天便跳出了 100 名之外。这时候我们会非常着急地更新文章、增加外链、修改关键词密度等，然而或许排名的暴跌只是一次正常的算法调整，原本第二天就能回来的排名被上面的操作彻底地“打入了冷宫”。

Tips: SEO 固然重要，但是知道优化什么关键词，知道关键词优化上去了怎么办更为重要。我们需要时刻提醒自己，不要为了 SEO 而优化，等等，这些都是本书的重点。

1.3 SEO 为了什么?

很直白地说，SEO 的目的是为了通过在搜索引擎的排名获得流量。这些流量往往集中在搜索结果的第一页中，尤其是前三位。作者通过大量的站群总结出来，如果把搜索结果第一页的流量算作总流量 70% 的话，那么前三位的流量又会瓜分掉这 70% 的 70%。按此推理下去，第一位又会瓜分掉前三位的 70% 流量。这也就是我们的网站必须要到第一页，必须要到第一页的前三位甚至第一位的目的。

在 SEO 工作中，作者发现了一个有趣的现象。那次是帮一个五金行业的客户做优化，用了 2 个月的时间，其网站排到了第一页的第二位，按照百度指数分析通过该关键词每天至少应该有 50 个左右流量进来，但奇怪的是，统计信息中并没有这样的流量来源。经过深入的分析发现，问题出在了描述 description，因为对五金行业的不了解，导致 description 标签的书写不符合该关键词的搜索目的。