

互联网+



本书将带给你不一样的SEO智慧人生!

颠覆式SEO

夏易营销◎著

 中国工信出版集团

 电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

颠覆式SEO

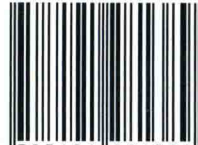
- 摆事实，告诉你过去SEO理念有很大提升空间！
讲道理，原来SEO和管理、哲学同具战略高度！
- 不一样的视角，不一样的案例！
颠覆你的SEO理念，颠覆你的SEO做法！



策划编辑：李冰
责任编辑：李冰
封面设计：朝天世纪

上架建议：互联网-搜索引擎优化

ISBN 978-7-121-28138-9



9 787121 281389 >

定价：88.00元

颠覆式SEO

夏易营销◎著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

SEO 是什么？是技术？是外链？也许都不是。作者尝试用一种迥异于同类图书作者的思路，从战略的高度、管理的维度、执行力的角度和宗教的深度，全新解构 SEO，带给我们前所未有的 SEO 体验。此外，作者独家揭秘苏宁易购、途牛、寺库等大型网站流量提升秘诀，解密医疗、教育、机械等热门关键词排名提升细节。

本书分为四个部分：战略、战术、案例和行业大佬创作。战略部分从 SEO 是什么开始，阐述一种全新的 SEO 观，进而提出获得 SEO 排名或流量一劳永逸的办法，其次是人才招聘与组建，最后是项目启动期的战略规划、筹备。战术部分重点讲述如何迅速增加内链数量，如何提升文章质量、内链常识、外链实操和移动端 SEO 实操。案例部分分享了寺库网流量提升和某机械类网站询盘提升等案例。全书其他章节也穿插途牛、苏宁易购、保险、拿药网等实战案例。行业大佬创作部分为网易、39 健康、苏宁易购、寺库网、万表网、齐家网、大众点评等 SEO 实战专家对于 SEO 某一细节的“颠覆式”见解。

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

颠覆式 SEO / 夏易营销著. —北京：电子工业出版社，2016.3

ISBN 978-7-121-28138-9

I. ①颠… II. ①夏… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 025487 号

策划编辑：李 冰

责任编辑：李 冰

特约编辑：赵海红 罗树利

印 刷：北京天宇星印刷厂

装 订：北京天宇星印刷厂

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：787×980 1/16 印张：28 字数：448 千字

版 次：2016 年 3 月第 1 版

印 次：2016 年 3 月第 1 次印刷

定 价：88.00 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。

引言

SEO 的社会阶层颠覆史

1969年，人类史上发生了两件伟大的事情：人类登上了月球和互联网的诞生。前者颠覆了人类对宇宙的看法，后者颠覆了人与人的关系。

1990年，Archie 颠覆了人们对于互联网的理解，发明了搜索引擎技术，SEO 进入了原始社会阶段。在那个草莽的时代里，就像某个山顶洞人找到了一块锋利的石头，就可以圈地称王一样，只要你精通 SEO，就能迅速获得流量，制造出一家像阿里巴巴一样伟大的企业出来——马云是那个时代的先知，阿里巴巴网站流量中的 99.9%来自搜索引擎，直到今天阿里巴巴国际站的很大一部分流量仍来自 SEO。

那个时代的 SEO 专家，只要会写 title 和 description，就能迅速在搜索引擎获得流量。

当每一个从业者都学会写 title 和 description 时，第一批 SEO 从业者开始下岗。因为同样的 title 和 description，凭什么你的排名靠前？与首页排名有缘的

网站永远只有 10 个，大多数网页今生永远不可能进入首页。于是，原始社会的 SEO 思路瞬间失效了。

如何更好地解决网页在搜索引擎上的排名问题呢？时代的颠覆者李彦宏找到了答案，即外链投票。同样一个网站，谁给他链接越多、质量越高，谁就应该排名靠前。1997 年，李彦宏向专利申请局申请了“超链文本检索系统和方法”，随后回国创建百度搜索引擎。

超链文本检索系统和方法与谷歌 PR，标志着 SEO 进入了奴隶社会。

经历过 2008—2010 年的从业者，是否记得，在那两年里，你几乎每天都能在 QQ 上碰到一两个 58 同城的外链专员和你套近乎：“嗨，兄弟，来换个链接！”然后，你会发现，两天过后，你的链接就会从对方网站“失联”或被“秘密处决”，从此，你的链接患上了单相思。

奴隶社会的 SEO 操作手法很简单，一言以蔽之：友情链接。SEO 高手与顶级高手的唯一区别是，高手擅长“友情”链接，顶级高手擅长“无情”链接——先跟你换，换完了再偷偷地把你的撤掉，或者移至其他页面。

当每一个 SEO 新人都学会了交换友情链接，SEO 算法再一次被颠覆。2004 年，谷歌推出 TrustRank 算法，开始打击劣质的友情链接，SEO 从业者很快进入封建社会。

那个时代的从业者，SEO 策略开始侧重于内链，准确来说是网站文章的原创度。聪明的 SEOer 会惊奇地发现，一篇高质量的文章往往上午发布，下午就有很好的排名，文章的权重一度超越网站首页和列表页。

于是，“编辑”这个名词像被挖掘出土的稀世文物，迅速成为 SEO 部门的

座上宾。2008—2013 年的 SEO 手法，只要你会写一点原创文章，或者针对搜索引擎算法的“所谓原创文章”——关键词密度多少、页头页尾多少，你就能拿到一份连本书出版社的编辑们都羡慕、嫉妒的奖金了；如果你碰巧还会写几篇《SEO 的 N 条原创文章秘籍》($N \geq 10$)，那么，你肯定可以自动进化成 SEO 行业博士生导师——广收门徒，顺便接点项目，搞点科研。

可是，同样的原创文章，凭什么你的网站一定排名靠前，别人的一定靠后？况且，原创文章太慢，成本又太高，一个月薪上万的编辑，一天也只能创作 8~10 篇高质量的文章。于是，SEO 进入了资本主义社会——哦，不，准确地说是有中国特色的社会主义社会——时代的 SEO 佼佼者想到了批量、快速生产“特色原创文章”，开始“发明”各种“特色伪原创”工具。于是，一夜之间，大江南北诞生了无数个连仓颉都读不通的“有中国特色的百度佳作”，接着是无数个蚁群般的站群，还有无数个采集站。顺便，那个时代诞生了无数的知名站长，也诞生了无数个今天已经上市的电商门户、旅游门户、化工门户、服装门户、钢材门户、新闻门户、论坛门户……

搜索引擎的本质是取悦用户——不断生产用户真正喜欢且需要的东西，当大量的垃圾链接和劣质文章严重影响到 SEO 算法时，谷歌取消了 PR 算法，并于 2003 年、2011 年、2012 年分别推出佛罗里达算法、Content Farms 算法和 Panda 算法，对垃圾网站、垃圾链接、抄袭网站进行严重打击，重申“以用户为中心”的搜索引擎算法。

过往的 SEO 手法再次被颠覆，SEO 从业者进入到了共产主义社会，我为人人——创造出用户真正需要且喜欢的内容，人人为我——用心的 SEO 从业者会获得好的排名与流量。

……

颠覆时时刻刻，又无处不在，纵观 SEO 的自我颠覆史，我们用了 20 年的时间，走完了人类几千年才走完的 5 个社会阶段。在这里，我们看到了 SEO 颠覆了阿里巴巴的命运，阿里巴巴和马云又颠覆了这个时代；我们也看到了 SEO 算法不断地自我颠覆，也看到了 SEO 从业者不断地被否定、再次否定、颠覆、再颠覆、再再颠覆……我们看到昨天被奉为“SEO 圣经”的技术，今天被人弃之如草芥；今天被追捧的 SEO 神话，没准儿明天被人讽为笑话……

你会发现，这是唯一一个对智商没有要求的行业，小学生以上的智商足以 7 天之内速成 SEO 理论技术，还能照着葫芦画瓢优化网站。这并非妄言，我们一个入行一周的销售，也能在外身兼多家 SEO 顾问；我们一半以上的客户，会在合同结束之后瞬间进化成“SEO 专家”，部分会跟你友情协商能否成为你下一个客户的“SEO 顾问”，顺便把你收了他的那点服务费给赚回来……这让我们感到既恐惧又安慰——如果动物能够开口讲话，我们这个行业的竞争力将会多么巨大。

你会发现，这也是唯一一个不需要老师，也没有老师的行业，因为老师辛辛苦苦总结出来的东西转眼就被实战颠覆了。

遗憾的是，我们中的许多 SEO 从业者，仍然痴迷于老师们的“算法”“SEO 圣经”“站群技术”“群发外链技术”“SEO 武林秘籍”，甚至指望改一改网站结构、一堆 title 和几百行代码，就能迅速获得好的排名和流量。

今天，你随手百度一下，便有数以亿计的 SEO 专家揭秘、手把手教你 SEO 网页视频，他们可以免费分享各种 SEO 技术。然而，SEO 操盘者会知道 SEO 已经越来越难做，已知的 SEO 策略如原创文章、网站结构、外链、收录等都失效了，它对排名和流量已经毫无指导意义。

今天，SEO 进入了一个新的时代，但我们中的一些从业者，仍然止步于过

去，那些 SEO 理念仍然依赖于老师、网页、视频、图书……而鲜有突破和创新。这等于我们坚持在用 20 年以前的策略，甚至是一些路人皆知的，且已经被证明是无效的手法，来渴望打败竞争对手获得好的排名和流量，这岂非痴人说梦？

今天的 SEOer 和 20 年前的从业者一样，面对的是同样的颠覆环境，同样的 SEO 终极世纪难题：如何让网站在搜索引擎获得很好的排名和流量？如何挤掉对手的排名？如何 100%行之有效？

答案只有一个：颠覆。

颠覆，首先需要自我颠覆，把大脑里固有的原始社会的 SEO 理念，一键升级到共产主义社会的 SEO 理念。

让我们换上颠覆的大脑，一起来重新认知 SEO 吧！

目录

01 SEO 是什么 /001

- 1.1 只有第一才能生存 /002
- 1.2 SEO 的成功概率不如“抢银行” /005
- 1.3 老年痴呆针和弱智丸 /008
- 1.4 凭什么 /011

02 维度：颠覆式 SEO 之本 /013

- 2.1 《小苹果》与维度 /014
- 2.2 SEO 的维度 /018
- 2.3 战略的维度：SEO 从业者给自己挖的四个巨坑 /022
- 2.4 执行力规划的维度：诸葛亮火烧博望坡 /027

2.5 执行的维度：不成功便成仁 /031

2.6 极致的完美：SEO 的终极维度 /035

03 颠覆式招聘与团队组建 /039

3.1 颠覆式猎人：天下没有难招的牛人 /040

3.2 招聘文案：每个字的目的是什么？能让求职者今夜无法入眠吗 /045

3.3 颠覆式面试：凭什么选 A 不选 B？A 比 B 优秀零点几分 /051

3.4 团队建设：胡萝卜+大棒的那点事儿 /065

04 布局：项目启动战略规划与案例分享 /069

4.1 流量类：苏宁自然流量从 35 万提升到 70 万的 5 大策略 /070

4.2 排名类：途牛 200 个热词排名策略 /087

4.3 小型网站排名：项目经理手册 /092

4.4 管理与考核：基于 Last Time 的“完成率” /100

4.5 过程管理：反馈、修正、调整与折腾 /103

05 内链·数量：如何迅速收录过百万 /107

5.1 企业站：如何短期内新增万计的原创文章 /108

5.2 门户站：如何短期内收录过百万 /115

06 内链·质量：如何让页面“取悦”用户 /151

6.1 必要的废话：我们为什么要取悦用户 /152

6.2 怎么取悦用户 /154

6.3 权威 /158

6.4 文章 /160

6.5 网页价值：用户为什么要黏在你的网页上 /183

6.6 聚合页与打标签 /192

6.7 交互设计：更便利、更简单、更爽 /196

07 内链：SEO 常识与细节 /203

7.1 从大龄女青年如何把自己嫁掉谈起 /204

7.2 常识与细节 /208

08 外链 /227

8.1 外链还有效果吗 /228

8.2 外链核心三要素：相关性、收录率、稳定性 /231

8.3 其他要素 /234

8.4 怎么获得优质的外链 /238

8.5 手工外链生产 /241

09 移动站点 SEO /259

9.1 创建适合在移动设备上访问的网站 /261

9.2 对移动网站进行有利于搜索引擎索引的展现设置 /265

9.3 提升网站在移动设备的排名 /288

9.4 提升移动网站的流量与分析 SEO 流量下降原因 /294

9.5 数据监控与循环优化 /296

10 口碑 SEO：提升品牌在搜索引擎的声量 /297

10.1 什么是口碑 SEO /298

10.2 口碑 SEO 适应范围 /306

10.3 口碑 SEO 流程 /307

11 SEO 实操案例分享 /311

11.1 流量类：寺库网 /312

11.2 寺库网页面抓取调整方案 /327

11.3 寺库网首页网页加载速度提升解决方案 /331

- 11.4 寺库网代码优化方案 /342
- 11.5 排名类：华博医院 /358
- 11.6 排名+流量类+订单转化：世邦机器 /363
- 11.7 移动端 SEO /375

12 行业实战专家案例分享 /383

- 12.1 数据分析：如何通过关键词找流量空间 /384
- 12.2 影响网站速度的因素和优化 /389
- 12.3 高效内容做 SEO /396
- 12.4 大站 SEO 的精髓 /402
- 12.5 网建实操：如何结合大数据做 SEO 产品 /408
- 12.6 服务器日志在 SEO 项目里的常见用途 /418
- 12.7 甲方 SEO 心得略分享 /422
- 12.8 浅谈大型网站 SEO 执行的三个阶段 /425

13 我们讲的都是错的 /429

- 13.1 SEO 即非 SEO /432
- 13.2 感谢 /434

01

SEO 是什么

- ▶ 只有第一才能生存
- ▶ SEO 的成功概率不如“抢银行”
- ▶ 老年痴呆针和弱智丸
- ▶ 凭什么

1.1

只有第一才能生存

SEO 是什么？我特意从天猫买了一个超大版放大镜，来到新华书店，把关键词含有“SEO”的书籍统统扫了一遍，发现作者们对于这个问题的回答惊人的一致：

SEO 由英文 Search Engine Optimization 缩写而来，中文译为“搜索引擎优化”。SEO 是指从自然搜索结果获得网站流量的技术和过程，是在了解搜索引擎自然排名机制的基础上，对网站进行内部及外部的调整优化，改进网站在搜索引擎中的关键词自然排名，获得更多流量，从而达成网站销售及品牌建设的目标。此外，搜索引擎检索原则是不断更改的，检索原则的更改会直接导致网站关键字在搜索引擎上排名的变化，所以搜索引擎优化并非一劳永逸。

或者大同小异的补充：

SEO 是个强有力的工具，既能帮助网站提高排名，又使网站容易使用。

SEO 是用技术的办法，让网站获得流量和订单。

SEO 是坑蒙拐骗地让你的关键词在百度获得排名。

然后，我再请教百度，百度给出的解释与上述作者们的解释也大致相同。当然，偶尔也能看到一些虽然不着边际但有趣的解释，比如说 SEO 其实是互联网+公司的一个高管的称呼，因为 SEO 这个词和 CEO、CTO、COO、CFO、CMO 等“O”字辈只有一字之差；也有作者说 SEO 其实是太空宇宙的产物，是 UFO 的孪生姐妹，因为 SEO 是从 CFO、UFO 一路近亲繁殖的……

SEO 是什么？这似乎是一个跟“太阳明天从哪里升起”一样的伪命题，专家们早已给出了答案。但是，这些解释却无法让一个 SEO 从业人员从中偷窥出 SEO 实战的奥秘，因为它跟排名与流量的实战似乎距离太远。或者说，这只是一个非常完美又正确的理论，但不够实战。

从实战的角度，我们对于 SEO 的理解是：

SEO 是李小龙，因为你必须拥有顶级的力量，才能在搜索引擎首页 10 个位置里拼杀出一席之地。

SEO 是张三丰、风清扬一般的武林高手；是倚天屠龙剑，“倚天不出，谁与争锋”，你必须拥有过人的武功，才能打败所有看得见的、看不见的竞争对手，把他们的排名抢夺过来。

SEO 是乔布斯和比尔·盖茨，你必须成为领域里的泰斗，拥有顶级的力量，