

互联网 网站运营 7天精通SEO

7天练就SEO专家
跻身高管之华丽蜕变记



清华大学出版社

直通车 网站运营 7天精通SEO

7天练就SEO专家
跻身高管之华丽蜕变记



清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书包含了系统学习 SEO 的完整过程, 全书共分为七章, 分别是基础篇、站内篇、站外篇、高级篇、策略篇、专题篇、案例篇, 各知识点的内容由浅至深, 既包括理论的讲解, 又包括网站运营案例的剖析; 既包括正常的运营手段, 也包括如何逃避网络营销的陷阱域误区。

本书既适合初学者阅读, 帮助其顺利迈进 SEO 的从业大门, 也可以帮助 SEO 从业人员系统、专业地学习 SEO 领域的最新知识。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签, 无标签者不得销售。

版权所有, 侵权必究。侵权举报电话: 010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

网站运营直通车——7 天精通 SEO / 吴伟定, 姚金刚, 周振兴著. —北京: 清华大学出版社, 2012.1

ISBN 978-7-302-27321-9

I. ①网… II. ①吴… ②姚… ③周… III. ①网站—建设 IV. ①TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 236892 号

责任编辑: 袁金敏

责任校对: 徐俊伟

责任印制: 杨 艳

出版发行: 清华大学出版社

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175

邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62795954, jsjic@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者: 北京嘉实印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170×240 印 张: 11.5 字 数: 226 千字

版 次: 2012 年 1 月第 1 版 印 次: 2012 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 1~4000

定 价: 25.00 元

产品编号: 044550-01

前 言

SEO 是网络营销一门不可或缺的营销手段,从各种营销方法来看,SEO 是营销成本最低且效果最好的营销手段,因此掌握此门技术已经成为众多网络营销人员的必修课。

中国的 SEO 行业是从 2002 年才真正开始,那时候百度以及谷歌等搜索引擎已经开始流行,发展到现在,这个行业已经日趋成熟,且搜索引擎的算法也越来越稳定,因此,掌握好正规的、科学的 SEO 技术,对每一个站长或者营销人士都是非常必要的。

本书包含了系统学习 SEO 的完整过程,全书共分为七章,分别是基础篇、站内篇、站外篇、高级篇、策略篇、专题篇、案例篇,阅读难度由浅至深。对于初学者而言,通过本书可以顺利迈进 SEO 的大门。下面是每一章的大致内容讲解。

第一章是基础篇,主要讲解了 SEO 的发展和现状,讲解了 SEO 的作用、什么是 SEO 等基本的 SEO 知识,同时还包括常用的搜索引擎指令和常见的 SEO 术语,让您对搜索引擎有一个初步的了解和熟悉。

第二章是站内篇,此章主要是从网站内部方面讲解了优化技巧与设计,包括首页优化、单页面优化等。

第三章是站外篇,讲解了如何在网站之外进行优化,如何获取外链,如何进行口碑的提升等。

第四章是高级篇,有了一定的技巧之后,对 SEO 的流量分析与调控也是一个非常重要的过程,同时面对常见的被惩罚问题也作了一个很好的探讨。

第五章是策略篇,策略是 SEO 很重要的内容,不管是对于团队还是个人,各种 SEO 策略都有利于高效率 and 高质量地完成任务。

第六章是专题篇,本章主要讲解了各种新的搜索引擎技术,如个性化搜索、整合搜索、地域性搜索等。

第七章是案例篇,讲解了比较典型的几个 SEO 案例,让大家对网站分析和诊断都有一个全面的了解。

这些 SEO 行业所面临的新问题,在以前的书籍中都很少系统地讲解和介绍,而这本书,将会让你系统地认识与学习到这些最新的技术。这些技术都是未来搜索引擎的发展趋势,因此适合大多数人去关注,去研究。

目 录

第 1 章 基础篇	1
1.1 什么是 SEO	1
1.2 SEO 的作用	2
1.3 常用搜索引擎简介	2
1.3.1 百度	2
1.3.2 Google	3
1.3.3 搜搜	4
1.3.4 搜狗	4
1.4 搜索引擎工作原理	5
1.4.1 爬行抓取	5
1.4.2 预处理	9
1.4.3 服务	13
1.5 SEO 与网络营销	14
1.5.1 网络营销的前景	14
1.5.2 网络营销的优势	15
1.5.3 网络营销的劣势	15
1.6 常见 SEO 术语	16
1.6.1 网站分类目录	16
1.6.2 关键词	16
1.6.3 链接场	16
1.6.4 有机列表	17
1.6.5 PageRank	17
1.6.6 付费列表	17
1.6.7 排名	18
1.6.8 排名算法	18
1.6.9 搜索引擎营销	19
1.6.10 搜索引擎优化	19
1.6.11 搜索引擎结果页面	19

1.6.12	垃圾技术	19
1.6.13	黑帽 SEO	19
1.6.14	白帽 SEO	20
1.6.15	蜘蛛（爬行器）	20
1.6.16	权重	20
1.7	常用搜索引擎指令	21
1.7.1	site 指令	21
1.7.2	Link 指令	22
1.7.3	related 指令	22
1.7.4	info 指令	22
1.7.5	allintext/intext 指令	23
1.7.6	allinurl/inurl 指令	24
1.7.7	allintitle/intitle 指令	24
1.7.8	allinanchor/inanchor 指令	25
1.7.9	define 指令	26
1.7.10	filetype 指令	26
1.7.11	intitle 指令	26
1.7.12	domain 指令	27
第2章	站内篇	29
2.1	元标签的设计	29
2.1.1	元标签概念	29
2.1.2	元标签分类	29
2.1.3	微格式	30
2.1.4	元标签小案例	33
2.2	长尾关键词优化	34
2.2.1	何为长尾	34
2.2.2	长尾关键词的三种形式	35
2.2.3	长尾关键词部署	36
2.2.4	长尾关键词的优化	39
2.2.5	选择长尾关键词的要点	40
2.2.6	选择长尾关键词的拓展方法	40
2.3	单页面优化	41
2.3.1	优化方法	41
2.3.2	案例说明	41

2.4	URL 优化	42
2.5	robots 优化	43
2.5.1	robots 介绍	43
2.5.2	robots 写作语法	44
2.5.3	robots meta 标签的写法	45
2.6	nofollow 优化	46
2.6.1	nofollow 简介	46
2.6.2	nofollow 小技巧	46
2.7	H 标签的优化	47
2.8	图片的优化	47
2.9	flash 的优化	50
2.10	网站地图	50
2.10.1	html 网站地图	51
2.10.2	xml 网站地图	51
2.11	链接优化	51
2.11.1	单向链接	52
2.11.2	链接内容相关性	52
2.11.3	锚文字	52
2.11.4	链接位置	53
2.11.5	导出链接数量	53
2.11.6	物理链接结构优化	53
2.12	网页内容	53
2.12.1	原创文章	54
2.12.2	好的标题	54
2.12.3	关键词密度	55
2.12.4	内容优化	55
2.13	站内锚文本	55
2.14	导航结构优化	56
2.14.1	导航结构的作用	56
2.14.2	导航结构优化方法	57
2.14.3	应注意的因素	57
第 3 章	站外篇	58
3.1	外部链接	58
3.1.1	外部链接的作用	58

3.1.2	外部链接的具体做法	59
3.2	外链锚文本	59
3.3	外链获取的方法	60
3.3.1	利用百度产品来获得外链	61
3.3.2	论坛个人签名	61
3.3.3	链接诱饵	61
3.4	网站品牌提升方法	61
3.5	网站目录提交	62
3.5.1	提交前的准备	62
3.5.2	寻找目录	63
3.5.3	网站提交	63
3.6	链接诱饵	63
3.6.1	链接诱饵的方式	63
3.6.2	链接诱饵的制作	65
第 4 章	高级篇	66
4.1	SEO 效果检测	66
4.1.1	效果检测步骤	66
4.1.2	效果检测方法	66
4.2	流量检测与分析	67
4.2.1	访问数	67
4.2.2	绝对唯一访问人数	68
4.2.3	页面访问数	68
4.2.4	平均页面访问数	69
4.2.5	跳出率	69
4.2.6	流量来源	69
4.2.7	最常见进入页面	69
4.2.8	转化率	70
4.3	被惩罚之后的处理	70
4.4	常见作弊方法	71
4.4.1	内容方面的作弊手法	71
4.4.2	链接的作弊手法	73
4.5	白帽与黑帽	74
4.5.1	白帽	74
4.5.2	黑帽	74

4.5.3 黑帽与白帽的区别	75
4.6 用户体验优化	75
第 5 章 策略篇	80
5.1 关键词策略	80
5.1.1 关键词选取原则	80
5.1.2 关键词选取方法	81
5.2 外链策略	82
5.2.1 外链的作用	82
5.2.2 如何获取外链	82
5.2.3 SEO 轮链	84
5.3 网络营销策略	88
5.3.1 网络营销	88
5.3.2 网络营销案例	88
5.3.3 网络营销策略方法	91
5.3.4 发展前景	95
5.4 网站品牌策略	95
5.4.1 网站品牌建设	95
5.4.2 为何要打造网站品牌	95
5.4.3 如何塑造网站品牌	96
5.5 网站盈利策略	98
第 6 章 专题篇	101
6.1 个性化搜索服务	101
6.1.1 个性化搜索含义	101
6.1.2 个性化搜索与 SEO	101
6.2 整合搜索	102
6.2.1 关于整合搜歌	102
6.2.2 Google 整合搜索系统	102
6.2.3 Google 整合搜索分类	103
6.2.4 整合搜索对 SEO 的影响	104
6.3 SEO 工具	104
6.3.1 SEO 综合查询平台	104
6.3.2 伯乐站长工具	107
6.3.3 流量统计工具	108

6.3.4	SeoQuake	112
6.3.5	SearchStatus	113
6.3.6	LinkDust	114
6.4	全站链接与首页链接	114
6.4.1	全站链接与首页链接	114
6.4.2	全站链接的优劣势	115
6.5	整站设计和优化	115
6.5.1	基本设计要求	115
6.5.2	页面元素	116
6.5.3	整体设计	116
6.6	区域性搜索结果	118
6.6.1	区域性搜索示例	118
6.6.2	区域性搜索结果排名机制	119
6.7	百度框计算	119
6.7.1	框计算包括哪些	119
6.7.2	框计算与百度开放平台	120
6.7.3	框计算的价值	121
第 7 章	案例篇	122
7.1	富营销网络社区	122
7.1.1	富营销 SEO 数据	122
7.1.2	富营销的推广方法	123
7.2	饭菜网	125
7.2.1	网站简介	125
7.2.2	SEO 数据	125
7.2.3	网站问题	125
7.2.4	SEO 建议	126
7.3	梦芭莎网	127
7.3.1	网站背景	127
7.3.2	关键词策略	128
7.3.3	页面优化	128
7.3.4	外链策略	129
7.4	No5 时尚广场	130
7.4.1	元标签优化	130
7.4.2	内容与结构优化	133

7.4.3	页脚优化	135
7.4.4	地图优化	136
7.4.5	搜索引擎可见性	136
7.4.6	代码优化	136
7.4.7	URL 优化	137
7.4.8	外部链接优化方案	137
7.4.9	主题参考	139
7.5	酷 6 网	140
7.5.1	网站地图	140
7.5.2	蜘蛛爬行痕迹	140
7.5.3	代码优化	142
7.5.4	URL 优化	143
7.6	缤购商城	144
7.6.1	关键词分析	144
7.6.2	搜索关键词	149
7.6.3	站内结构分析	150
7.6.4	站外分析	157
后记		165
附录		167

第1章 基础篇

任何一门学科，基础知识都是非常重要的，只有在掌握了大量的基础知识之后，才会在实践中游刃有余。

本章主要介绍 SEO 的定义、国内主要搜索引擎简介、搜索引擎的工作原理、SEO 与网络营销以及常见的 SEO 术语和专业的搜索引擎指令。通过阅读本章，读者可以对 SEO 概念有一个大致的了解。当然，如果读者已经对这方面比较熟悉，可以跳过本章，直接进入第 2 章站内篇。

1.1 什么是 SEO

SEO 是英文 Search Engine Optimization 的缩写，中文翻译为“搜索引擎优化”。简单地说，SEO 就是从搜索引擎上获得流量的技术。搜索引擎优化的主要工作包括：通过详细了解搜索引擎的工作原理、如何在浩瀚的网页流中爬取网页、如何进行索引以及如何确定某一关键词排名位置从而对网页内容进行科学的优化，使其符合用户浏览习惯，在不损害用户体验的情况下提高搜索引擎排名，从而提高网站访问量，最终提升网站的销售能力或宣传能力的技术。

所谓“针对搜索引擎优化处理”是为了要让网站更容易被搜索引擎认可。搜索引擎会将网站彼此间的内容做一些相关性的分析对比，然后再由浏览器将这些内容以最快速且近乎最完整的方式，呈现给搜索者。不少研究者发现，搜索引擎的用户往往只会留意搜索结果最开始的几项条目，所以很多商业网站都希望通过各种方式来干扰搜索引擎的排序，其中以依靠各种广告为生的网站居多。目前 SEO 技术被很多目光短浅的人，用一些 SEO 作弊的不正当手段，牺牲用户体验，一味地迎合搜索引擎的缺陷来提高排名，这种 SEO 方法是不可取的，最终也会受到用户的唾弃。

网站的优化分为站内优化和站外优化两部分。站内优化指的是站长能控制网站本身所有细节的调整，如网站结构、页面 HTML 代码、服务器设置、文章优化等。站外优化指的是外部链接建设及行业社群的参与互动，这些活动不在网站本身进行的。

获得和提高关键词自然排名是 SEO 效果的表现之一，但最终目的是获得搜索

流量，没有流量的排名是没有意义的。因此，关键词研究、文案写作十分重要。进一步说，SEO 追求的是目标流量，能最终带来盈利的流量。

网站的最终目的是完成流量转化，记住要做科学的 SEO，切不可为 SEO 而 SEO。

1.2 SEO 的作用

SEO 在今天看来已是一个非常热门的行业，尤其是电子商务的兴起，对 SEO 的需求也越来越大。每个经营性网站需要大流量的支撑才有转化的可能，搜索流量显得异常重要。

SEO 的作用主要有以下几个分类。

(1) 通过搜索引擎引来足够的流量，进一步扩大品牌的知名度，使其得到小投入大回报。如中国移动、国美电器等。

(2) 力图让搜索引擎给网站带来大的流量，以使网站的业绩指标攀升，吸引投资者或者收购等。

(3) 吸引在搜索引擎上搜索某一需求的精准客户，使他们了解并购买搜索的目标产品。如网店、销售型企业网站等。

(4) 依靠搜索引擎流量，换取广告商的青睐使其投放一定程度的广告。如百度联盟。

(5) 希望获得来自搜索引擎的大流量，向浏览者推介某一产品，而不是当场购买。如生产型品牌企业网站、交友网站、会员模式站点等。

1.3 常用搜索引擎简介

这里主要列举国内使用频率相对较高的四个搜索引擎，分别是：百度、谷歌、搜狗、搜狗。通过对这四个搜索引擎的简单介绍，让我们对搜索引擎有一个简单的了解。

1.3.1 百度

百度 (www.baidu.com)，全球最大的中文搜索引擎、最大的中文网站。2000 年 1 月创立于北京中关村，它的 Logo 如图 1-1 所示。

从创立之初，百度便将“让人们最便捷地获取信息，找到所求”作为自己的使命，10 年来，公司秉承“以用户为导向”的理念，始终坚持如一地响应广大网

民的需求，不断地为网民提供基于搜索引擎的各种产品，其中包括：以网络搜索为主的功能性搜索，以贴吧为主的社区搜索，针对各区域、行业所需的垂直搜索，MP3 搜索，以及门户频道、IM 等，全面覆盖了中文网络世界所有的搜索需求，根据第三方权威数据，百度在中国的搜索份额超过 70%。



图 1-1 百度网站的 Logo

百度的中文搜索优势如下：

- (1) 百度中文数据库不仅最全，也是质量最好的。
- (2) 全球第一的数据挖掘、分布式索引和检索技术与处理速度，以及大规模的工业级系统的开发，支持百度以最快的速度呈现搜索目标内容相关的一切。
- (3) 百度首页不到 4K，最干净、最简洁的页面，随区域合理密布的多组服务器机群，架构于强大的网通及电信的骨干网上，可以在瞬间呈现搜索结果。
- (4) 百度拥有全球第一的网页分析技术、世界上独一无二的“中文分词”技术及全球最完善的反垃圾网页技术与流程，因此，百度对搜索结果的显示最为准确。

百度在中国的地位已经举足轻重，尤其是谷歌退出之后，百度在中文搜索市场更占据领导地位。很多小站长也靠百度过活，比如做淘宝客、做产品等。在中国要做 SEO 优化首先要研究的就是百度。

1.3.2 Google

Google 的使命是整合全球信息，使人人皆可访问并从中受益。他拥有全世界最先进的搜索技术。虽然 Google 已经退出中国大陆市场，但它还是学习 SEO 的好对象，推荐大家多去关注谷歌的站长管理员指南，所谓“知己知彼，百战不殆”。以下网址 <http://www.google.com/support/webmasters/> 可以获知很多的 SEO 入门材料。



图 1-2 Google 网站的 Logo

1.3.3 搜搜

SOSO 是腾讯 QQ 旗下重点发力的搜索引擎,现在整合了 QQ 客户端,给 SOSO 加上了强大有力的助推器。现有很多营销人士已开始对 SOSO 进行布局,您还等什么。从 SOSO 实验室的网址: <http://labs.soso.com/>可以了解更多与 SOSO 相关的知识,网站 Logo 如图 1-3 所示。



图 1-3 搜搜网站的 Logo

1.3.4 搜狗

搜狗是搜狐旗下的搜索引擎,现为淘宝合作项目,如果您是从事电子商务行业的,完全可以在这里开拓市场,网站 Logo 如图 1-4 所示。

搜狗拼音是搜狐于 2006 年推出的一款汉字拼音输入法。凭着易用、灵活、全面等特点,再加上推广得当很快就在网络上蔓延开来。

搜狗输入法最显著的特点是基于搜狗搜索引擎,很多在搜狗搜索引擎中所查询的热门关键词会同步到搜狗输入法当中,如图 1-5 所示。



图 1-4 搜狗网站的 Logo



图 1-5 搜狗拼音输入法自动更新

搜狗输入法有一个自己特有的搜狗细胞词库,里面有网友自己创建的关键

词，基本上都是日常所用到的，还有很多是最新最热门的关键词。词库的首页还有一个热词指数，对 SEO 人员很有参考价值。搜狗与搜狗拼音整合之后最大的好处就是方便 SEO 人员查询当下热门关键词，以备工作之需。搜狗拼音细胞库网址为：<http://pinyin.sogou.com/dict/>。

1.4 搜索引擎工作原理

从事 SEO（搜索引擎优化）工作的人可以比喻成搜索引擎的贴身管家，作为一名合格称职的管家必须了解所服务对象的习性、爱好、健康程度等。

SEO 服务的对象就是搜索引擎，必须对它的运行规律、工作原理、习性、优缺点等都要铭记在心，多多实践操作，平时实践的越多，经验也就越丰富。

搜索引擎是由人创造出来的，所以也是有理可寻的。搜索引擎工作过程主要有三段工作流程，爬行抓取、预处理及服务输出。

1.4.1 爬行抓取

爬行抓取是搜索引擎工作最重要的一步，把所有需要抓取的地方抓取回来处理分析，因此如果在抓取这部分出了错，后面完全就瘫痪了。

回想一下每当我们用搜索引擎输入关键词后，会出现许许多多所查询的关键词信息，这个过程是以秒来计算的。这时我们可以想一想，搜索引擎是在 1 秒钟之内把所查询的关键词从广大的互联网中逐一抓取一遍，还是事先已经处理好了这部分数据呢。

平时我们上网的时候随便打开一个网页的时间也是在 1 秒钟之内，这仅仅是打开一个网页的时间，所以搜索引擎在以秒计算的情况下是不可能把互联网上的信息都查询一遍，这不仅耗时也耗钱。

因此现在的搜索引擎是事先已经处理好了所抓取的网页。搜集工作也是要按照一定的规律来进行的，基本上有如下两种特征。

- 批量收集：对互联网上只要是存在链接的网页都收集一遍，耗时在几周左右。缺点在于增加了额外的带宽消耗，时效性也不高。
- 增量收集：是批量收集的一个技术升级，完美的弥补了批量收集的缺点。在原有的基础上搜集新增加的网页，变更上次收集之后有改变的页面，删除收集重复和不存在的网页。

还有一种比较简单的方法让搜索引擎来爬行，自己主动向搜索引擎提交网站，等到一定的时间就会来爬取。不过现在主动提交后再来爬行的速度越来越慢

了，最理想的办法还是顺着自然链接来收集比较好。这就需要在前期做好蜘蛛爬行的入口，一定要找一个和网站自身相关的入口。下面将详细介绍搜索引擎蜘蛛的情况。

1. 各搜索引擎蜘蛛介绍

搜索引擎蜘蛛是搜索引擎的一个自动程序。它的作用是访问互联网上的网页、图片、视频等内容，建立索引数据库，使用户能在搜索引擎中搜索到您网站的网页、图片、视频等内容。一般用法为“spider+URL”，后面的 URL（网址）是搜索引擎的痕迹，如果要查看某搜索引擎是否来爬取过你们的网站，可查看服务器的日志里是否有该 URL，同时还能查看来的时间、频率等……

（1）百度蜘蛛：可以根据服务器的负载能力调节访问密度，大大降低服务器的服务压力。根据以往的经验百度蜘蛛通常会过度重复地抓取同样的页面，导致其他页面无法被抓取到而不能被收录。这种情况可以采取 robots 协议的方法来调节。百度蜘蛛的用法如下：

Baiduspider+(+http://www.baidu.com/search/spider.htm)

（2）谷歌蜘蛛：谷歌蜘蛛属于比较活跃的网站扫描工具，其间隔 28 天左右就派出“蜘蛛”检索有更新或者有修改的网页。与百度蜘蛛最大的不同点是谷歌蜘蛛的爬取深度要比百度蜘蛛多一些。其用法如下：

Mozilla/5.0(compatible;Googlebot/2.1;+http://www.google.com/bot.html)

（3）雅虎中国蜘蛛：如果某个网站在谷歌网站下没有很好的收录，在雅虎下也不会有很好的收录和爬行。雅虎蜘蛛的数量庞大，但平均的效率不是很高，相应的搜索结果质量不高，其用法如下：

Mozilla/5.0 (compatible; Yahoo! SLurp China; http://misc.yahoo.com.cn/help.html)

（4）雅虎英文蜘蛛：雅虎英文蜘蛛的用法与中文蜘蛛不同，其用法如下：
Mozilla/5.0 (compatible; Yahoo! SLurp/3.0; http://help.yahoo.com/help/us/ysearch/slurp)

（5）微软必应蜘蛛：必应与雅虎有着深度的合作关系，所以基本运行模式和雅虎蜘蛛差不多，其用法如下：

msnbot/1.1 (+http://search.msn.com/msnbot.htm)

（6）搜狗蜘蛛：搜狗蜘蛛的爬取速度比较快，抓取的数量比起速度来说稍微少点。搜狗蜘蛛最大的特点是不抓取 robot.text 文件，其用法如下：

Sogou+web+robot+(+http://www.sogou.com/docs/help/webmasters.htm#07)

（7）搜搜蜘蛛：搜搜早期是运用谷歌的搜索技术，谷歌有收录，搜搜肯定也会收录。2011 年搜搜已经宣布采用自己的独立搜索技术，但搜搜蜘蛛的特性和谷歌蜘蛛的特点还是有着相似的地方，其用法如下：

Sosospider+(+http://help.soso.com/webspider.htm)