

潭州软件
事业集群CEO
Arry

噢噢客
 CEO
 陈洪波

SEO研究中心、
潭州学院创始人
周有贵

诚意推荐



百度算法再怎么变，SEO的道不会变

百度算法再怎么变，SEO的道不会变

SEO的道与术

黄聪 / 编著

打造自动赢利的网站



大学出版社





SEO的道与术

打造自动赢利的网站

黄聪 / 编著



清华大学出版社
北京

内 容 简 介

SEO已经成为了国内互联网的热门技术,市场上对SEO人才需求巨大,但是由于百度的算法更新速度快,SEO培训机构水平良莠不齐,导致掌握了真正的SEO技术的人少之又少。本书结合作者SEO 成功创业经验与大量的国内SEO成功案例(包括SEO研究中心、土巴兔、58同城等)作为分析对象,向读者讲述什么是真正的SEO之道,让读者可以轻松地理理解正确的SEO操作技巧。相信只要读者认真阅读,多加思考,就可以做到明明白白做SEO,而不是靠“猜”做SEO,不再惧怕百度的任何算法改变。

本书适合SEO从业者、互联网营销行业从业人员、互联网创业者,以及所有想要通过互联网改变自己命运的人阅读。

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

SEO的道与术:打造自动盈利的网站/黄聪编著. —北京:清华大学出版社,2015

ISBN 978-7-302-40204-6

I. ①S… II. ①黄… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第101250号

责任编辑:王金柱

封面设计:王 翔

责任校对:闫秀华

责任印制:沈 露

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座

邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京天颖印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:190mm×260mm

印 张:18.5

字 数:474千字

版 次:2015年7月第1版

印 次:2015年7月第1次印刷

印 数:1~3500

定 价:79.00元

产品编号:064639-01

作者简介

黄聪，毕业于广西师范大学电子工程系，2010 年开始接触并学习 SEO 知识，SEO 网站高转换率研究第一人，网站转换率提升实战教练，SEO 研究中心全国书友会总会长，百度阅读签约作者，QQ 群“黄聪分享会”创始人，博客“黄聪的笔记本”创始人。专注 SEO 实战 5 年，运用 SEO 轻松运营 10 多个网站盈利。

个人原创电子书：《网站高转换率法则》、《搜索引擎工作原理 1.0》、《手机网站优化教程》、《SEO 白手起家创业录》等，很多文章在网上广为流传。



前言

SEO的道与术
打造自动赢利的网站

大家好，我是黄聪。

现在是清晨 6 点半，是一个不错的写作时间。我努力将自己的思绪拉回到 2007 年，在那一年，我奇迹般地考上了大学，开始了我的大学之旅。

在大学的 4 年中，我钻研了很多的技术，包括网页制作、程序开发、电子编程等。而在 2010 年大四的最后一个学期，一次偶然的机，我接触到了 SEO 技术，并且为之着迷。自那以后，我便潜心研究 SEO，并且决定用这个技术开创自己的一片天地。

在这里，我想要感谢我的恩师——SEO 研究中心的 Moon 老师，是他教会了我 SEO 这门技术，并且让我利用这个技术白手起家创业成功。Moon 老师现在创办了漳州学院，已经成为了腾讯课堂最大的合作伙伴。在未来，我相信漳州学院会成为全国最大的在线教育机构。

2011 年，我幸运地遇到了现在的创业伙伴关明杰，那时候我们通过简单交流，便碰撞出了创业的火花，他手上有高考升学培训方面的资源，我又刚好有 SEO 技术，两个不甘于平庸的穷小子一拍即合，开始了艰辛的创业之旅。

我至今依然记得自己创业的初衷——创业，只为证明自己有多大的价值！

回头再看自己这几年走过的创业路，原来创业根本没有想象的那么难，只要愿意，你随时可以开启自己的创业之路。

但是创业又没有那么容易，因为创业需要的条件太多了：技术、人脉、资源、运气……创业成功绝对是小概率事件，如果你真的想创业，最好事先做好风险把控。这样，哪怕创业失败了，也不至于一辈子都翻不过身来。

在大学毕业前，我已经自学了很多的技术，但是为什么我在大学最后一年放弃了前面所学的技术，选择了 SEO 呢？

在 2010 年大三实习之前，我一直都在研究编程技术，那时候只懂得一些软件编程的三脚猫功夫，就觉得自己很牛了。于是在实习的时候，我向学校申请到桂林一个比较有名的软件公司去实习。在实习的过程中我发现，用自己那些三脚猫功夫做出来的软件，根本没机会投入市场使用，原因是：

（1）我写的软件没有架构思想，都是想到哪儿就写到哪儿，这样的软件往往会出现很多漏洞。

(2)想学会搭建一个好的架构,最起码也得有8年以上的编程经验,我觉得这个时间对我来说太久了,耗不起。

(3)写软件是个体力活,我不喜欢。

(4)最重要的一点,我更喜欢卖东西,而不是做东西。

于是,实习结束之后,我决定不再埋头研究技术,而是开始上网寻找可以让我实现轻松卖出东西的技术。最后,我发现了SEO。

当时跟着Moon老师学了几个月的SEO之后,便坚定了SEO是我苦苦寻求的技术,因为SEO能够实现我通过互联网轻松卖出东西的梦想,并且刚好SEO需要的建站技术我都掌握了,而最重要的一点是,SEO的成本极低。

对于家庭不富裕的我来说,SEO技术无疑是我白手起家创业的最佳选择。

如今,通过SEO技术,我拥有了自己的一群爱好SEO的朋友,在南宁也拥有了自己的互联网人脉圈子,并成功地举办了几届SEO研究中心南宁线下交流会,也让我改善了自己的生活,看到了未来的希望。

这本书包含了我用了5年时间,花了几万块钱,做了无数网站换来的宝贵经验,我希望它可以帮助更多的SEO从业人员找到正确的方向,并通过SEO改变自己的命运。

无论是做SEO、做生意,还是做人,我们都应该学会不走捷径、秉持利他之心。帮助他人就是帮助自己,当你学会帮助他人的时候,就是你成功的开始。

最后,感谢所有购买了这本书的朋友。感谢我身边一直支持我的朋友,以及他们提供的所有帮助。感谢我的恩师Moon老师,这本书的内容大部分都是他传授给我的宝贵知识。感谢清华大学出版社的王金柱编辑,以及为本书付出努力的出版社的朋友。感谢家人的理解和支持,特别是我的伴侣黄滢,我平日总是忙于工作,是她帮我打理了家务和很多幕后工作,正是有了她的帮助和支持,我这些年才能安心工作。

最后,如果在阅读本书时有什么问题,可以与我交流,我的QQ和微信号都是2555515,期待与您相识。

黄聪

2015年3月



目 录

SEO的道与术
打造自动赢利的网站

第 1 章 SEO 基本概念.....	1
1.1 SEO 是什么	2
1.2 为什么要学习 SEO	3
1.2.1 建立企业（或个人）品牌效应.....	4
1.2.2 为企业（或个人）创建正面效应及提高转换率	5
1.2.3 建立人脉圈子.....	5
1.3 传统企业与 SEO 的爱恨情仇.....	6
1.3.1 传统企业对 SEO 的爱与恨	8
1.3.2 什么时候选择 SEO 接单公司.....	8
1.3.3 什么时候选择招聘 SEO 人才	13
1.4 什么人不合适学习 SEO	14
1.5 为什么你应该看这本书.....	15
1.6 本章小结.....	16

第 2 章 SEO 之道.....17

2.1 搜索引擎为什么存在	18
2.1.1 搜索引擎存在的意义	19
2.1.2 搜索引擎如何盈利	19
2.1.3 搜索引擎的竞争	20
2.1.4 搜索引擎的竞争力	21
2.1.5 搜索引擎和 SEO 的关系	22
2.2 SEO 之道的核心内容	23
2.2.1 SEO 的道是什么	24
2.2.2 SEO 的思考方向	25
2.2.3 为什么你的 SEO 做不好	26
2.3 搜索引擎的发展历程	28
2.3.1 搜索引擎的 4 个发展阶段	28
2.3.2 需要研究搜索引擎的算法吗	29
2.4 搜索引擎鼓励 SEO 吗	30
2.5 本章小结	32

第 3 章 SEO 基础知识.....33

3.1 SEO 的相关名词解释	34
3.1.1 蜘蛛	34
3.1.2 百度权重	34
3.1.3 百度快照	35
3.1.4 外链	36
3.1.5 内链	39
3.1.6 友链、单链和交叉链接	41
3.1.7 死链和 404 页面	41
3.1.8 关键词	42

3.1.9	百度指数.....	44
3.1.10	IP 量和 UV 量.....	45
3.1.11	跳出率和 PV.....	46
3.2	那些早已过时的 SEO 优化技巧	47
3.2.1	伪原创.....	47
3.2.2	关键词堆砌.....	49
3.2.3	恶意使用标签.....	50
3.2.4	隐藏文字或者链接	51
3.2.5	购买外链.....	52
3.2.6	垃圾站群.....	54
3.2.7	小结	55
3.3	SEO 有哪些常见的赚钱方式.....	55
3.3.1	就业找工作.....	55
3.3.2	开通“百度联盟”	56
3.3.3	SEO 接单.....	56
3.3.4	销售产品或服务	59
3.3.5	靠自己的兴趣爱好赚钱.....	59
3.3.6	做“淘宝客”	61
3.4	本章小结	62

第 4 章	SEO 的前期工作	63
4.1	第一步：建站前的准备工作.....	65
4.1.1	服务器	65
4.1.2	品牌名	71
4.1.3	口号	73
4.1.4	域名	74
4.1.5	网站程序.....	75
4.2	第二步：分析用户需求.....	80



4.2.1	百度下拉框、相关搜索的数据分析	80
4.2.2	百度结果页分析	84
4.2.3	百度指数	97
4.2.4	如何制作用户需求分析表	106
4.3	第三步：知己知彼	112
4.3.1	分析自己的实力	113
4.3.2	分析竞争对手的实力	114
4.3.3	分析可行性及制定操作方法	114
4.4	第四步：关键词的挖掘和选择	115
4.4.1	关键词挖掘	116
4.4.2	关键词选择	120
4.4.3	后期调整	121
4.5	第五步：制定网站布局	122
4.5.1	确定导航	123
4.5.2	绘制网站首页 / 目录页 / 内页草图	124
4.6	第六步：前期的 SEO 基础工作	130
4.6.1	网页二要素的确定	130
4.6.2	完善硬性指标	135
4.6.3	内容更新工作	155
4.6.4	外链工作	163
4.6.5	推广工作	165

5 第 5 章 SEO 的中期工作 169

5.1	第一步：让用户喜欢网站的标题	172
5.1.1	标题的美观性	172
5.1.2	标题的可读性	174
5.1.3	标题要考虑关键词的排斥性和吸引力	175
5.1.4	考虑用户的隐性需求	177
5.1.5	在标题中突出自己的优势	177



5.2	第二步：撰写吸引用户的描述	178
5.3	第三步：提升综合数据	180
5.3.1	UV、PV 的研究	180
5.3.2	跳出率和停留时间的研究	186
5.3.3	热力点击图的研究	188

第 6 章 SEO 的后期工作 191

6.1	第一步：网站微调	193
6.1.1	什么是微调	193
6.1.2	微调能给网站带来什么	193
6.1.3	用户需求进化论	196
6.2	第二步：网站微创新	196
6.2.1	什么是微创新	196
6.2.2	SEO 相对论	199
6.3	第三步：网站日常维护运营工作	199
6.3.1	挖掘并满足用户需求	200
6.3.2	内容的更新	202
6.3.3	外链的发布	203
6.3.4	要做好网站的安全防范工作	203
6.3.5	要做好网站备份工作	206
6.3.6	要坚持 SEO 之道	207

第 7 章 手机移动端 SEO 优化技巧 208

7.1	为什么要学习手机移动站 SEO 优化	210
7.2	移动端和 PC 端的搜索行为差异	211
7.2.1	使用场所的差异	211
7.2.2	搜索场景的差异	212
7.2.3	搜索内容的差异	213



7.2.4	搜索输入方式的差异	214
7.2.5	搜索量的差异	214
7.2.6	搜索范围的差异	215
7.2.7	竞争度的差异	215
7.2.8	传播度的差异	216
7.2.9	小结	217
7.3	移动端网站的搭建	217
7.3.1	域名	217
7.3.2	服务器	218
7.3.3	网站语言	218
7.3.4	建站方法	218
7.3.5	自己搭建手机站	218
7.3.6	使用百度 SiteApp 搭建手机站	219
7.4	移动端 SEO 之良好收录	224
7.4.1	文本为主	224
7.4.2	网站结构扁平化	225
7.4.3	清晰的面包屑导航	225
7.4.4	简单易懂的 URL	226
7.4.5	按钮优化	226
7.4.6	链接优化	229
7.4.7	响应式	229
7.4.8	体验优化	233
7.4.9	常用工具	235
7.5	移动端 SEO 之良好排名	237
7.5.1	终端适配	238
7.5.2	如何禁止百度自动转码	240
7.5.3	标题优化	240
7.5.4	优质内容优化	242
7.5.5	加载速度	242
7.5.6	地理信息标注	242
7.6	移动站 SEO 常见问题	245



8

第 8 章 SEO 的高级思维 249

8.1	关键词矩阵	250
8.2	围剿战术	255
8.2.1	什么是覆盖率	256
8.2.2	如何通过围剿战术做覆盖率	256
8.2.3	围剿战术有什么好处	257
8.3	SEO 容器策略	259
8.3.1	什么是 SEO 容器策略	259
8.3.2	如何执行 SEO 容器策略	259
8.4	专题页策略	261
8.4.1	什么是专题页策略	262
8.4.2	如何制作专题页	262
8.5	反应率策略	263
8.5.1	免费赠品策略	264
8.5.2	价值匹配策略	265
8.5.3	名利借力策略	266
8.5.4	信任匹配策略	267
8.6	SEO 需求转移法	269
8.7	SEO 的层次	270
8.7.1	第一层：文章外链	271
8.7.2	第二层：网站布局	271
8.7.3	第三层：用户体验	272
8.7.4	第四层：全网营销	272
8.7.5	第五层：资源整合	273

9

第 9 章 SEO 人在职场 274

结束语	281
-----------	-----





第 1 章

SEO 基本理念

相信你和我一样，希望每看完一本书之后，都可以学到对自己有用的知识，而且必须是可以真正拿到生活中实际应用的知识，而不该只懂理论，却不懂应该怎么做。也就是说，知识的价值应该在于运用，而不是留在脑袋里发霉。

因此，我在这本书里面，不会只是向你灌输SEO优化的理论，更会告诉你应该如何落地，如何执行，确保你看完这本书之后，能够真真实实地把网站排名做上来。

在这本书当中，我将教给你的是一套系统的SEO优化方法。这个SEO优化系统由“道”与“术”构成。

其中，“道”是告诉你SEO应该做什么，“术”是告诉你SEO应该怎么做。

我会在本书中告诉你一个网站从零开始，直到排名第一的各个阶段的操作思维（道），以及如何将这些思维落到实处（术）。

当然，首先，你需要掌握一些最基础的知识，这也就是第1章准备讲述的内容。

在这本书里面，我会尽量采用通俗易懂的语言和案例来讲诉SEO相关的知识，我相信你也不希望接触太多陌生而枯燥的专业术语吧。

同时，本书的内容主要面向中小型网站的优化方法。毕竟互联网上最多的网站都是中小型网站，这些网站的站长没有大型网站那么多的资金和员工，很多SEO优化团队人数都是个位数，这些SEO人员，更迫切地需要可以低成本实现排名提升的SEO优化方法。

这本书，就会告诉你SEO真正的优化方法，避免你走弯路，交我已经交过的“学费”。



1.1 SEO是什么

SEO是搜索引擎优化（Search Engine Optimization）的英文缩写，简单地说，就是通过执行迎合搜索引擎算法的操作，让自己的网站可以在用户搜索关键词的时候排名靠前，从而获得更多的用户流量。

如图1-1所示，www.51kaiye.com这个网站通过SEO，将自己优化到“南宁公司注册”这个关键词的第一名，这样他就可以获取到搜索“南宁公司注册”这个关键词的访客了。只要有访客进入网站，我们就有机会获得访客的联系方式，进而推销我们的产品和服务，最终实现盈利。



图1-1 百度搜索“南宁公司注册”结果页

因此，如果再有人问你：“什么是SEO？”

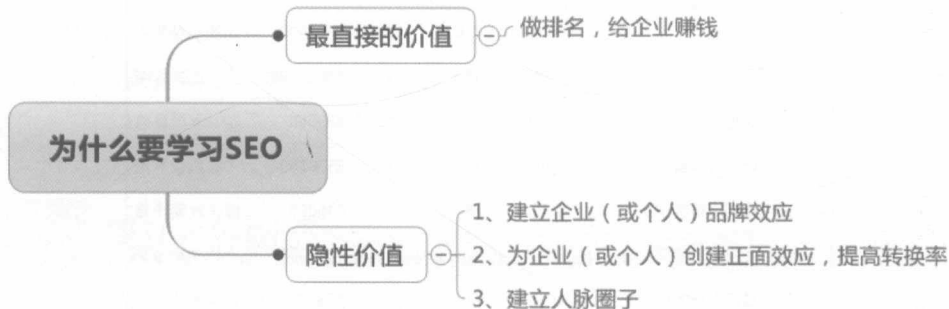
那么最简单的回答可以是：“就是做百度排名呗。”

当然，这个只是对SEO最初级的理解，但是对于一个不熟悉SEO的人来说，这个回答是最简单明了的。



1.2

为什么要学习SEO



回顾人生，我们舍得花钱、花时间学一样东西，无非是两个原因：

- (1) 能获得快乐。
- (2) 能获得财富。



我认为，99%的人学习SEO更偏向于第二个原因。因为对SEO这门技术感兴趣的人，要么是企业老板，要么是SEO从业人员。而SEO从业人员说白了也是为企业老板打工的。

而企业老板自然是无利不起早的，那么多企业老板会关注SEO，当然不是为了把网站做到第一名摆着好看的，而是为了从互联网获得客户，进而赚钱。

所以，我写这本书的初衷，就是希望更多企业能够掌握SEO真正的核心技术，把自己的生意越做越好。

当然，这只是SEO最直观的价值所在。其实，如果你真的掌握了高级的SEO思维，SEO还可以为你带来以下几种隐性的价值。

1.2.1 建立企业（或个人）品牌效应

无论是企业还是个人，在传统的渠道如果想打造一个品牌，其难度都是可想而知的。在互联网普及之前，企业想出名只有猛砸广告费，在各种传统媒体上做自己的品牌广告，但这种推广方法成本很高，并且一旦停止投入，没有多久就会失去效果，品牌也会很快被淡忘。

但是，互联网进入家家户户之后，人们接触广告的渠道不再局限于传统媒体，只要你的网站在用户搜索的时候经常出现，那么你的品牌就可以很轻易地建立起来。

例如我一个同学优化的装修网站“土巴兔（www.to8to.com）”，通过SEO把5万多个和装修相关的关键词做上了排名（如图1-2），也就是说每天找装修方面信息的人都能看到“土巴兔”这个品牌，久而久之，自然大家就觉得“土巴兔”是装修网站里面的大品牌了，这就是SEO带来的品牌效应。

百度权重查询

HTTP://

默认排序

查询

查看seo历史

百度权重: 8 关键词数: 58795 预估百度流量: 397309 IP 站长排名: 785 子域名:

序号	关键字	PC指数	移动指数	排名	收录量	网页标题
1	土巴兔	1564	816	1	7320000	土巴兔装修网
2	装修网	1000	842	1	100000000	土巴兔装修网
3	装修预算表	1746	0	1	499000	2014家庭装修
4	电脑没声音	808	313	1	2530000	【电脑没有声
5	冰箱冷藏室结冰	216	888	1	715000	解决冰箱冷藏
6	土巴兔装修网	735	321	1	2360000	土巴兔装修网
7	娃娃鱼多少钱一斤	197	731	1	106000	最新娃娃鱼价
8	土巴兔装修效果图	319	460	1	4480000	土巴兔装修网

图1-2 “土巴兔”拥有5万多个关键词排名