

望族希望独家奉献10年网站运营经验, 100多种营销技巧



SEARCH

OPTIMISATION

*Search Engine Optimization*



# 百度SEO

## 一本通

潘坚 李迅 编著



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>

# 百度SEO

## 一本通

潘坚 李迅 编著

电子工业出版社  
Publishing House of Electronics Industry  
北京·BEIJING

## 内 容 简 介

本书通过浅显易懂的叙述方式，以及大量的图示，详细介绍了 SEO 的关键技术要点，对于搜索引擎优化中重要的关键词优化、链接优化，以及百度推广中的推广技巧都进行了详细的介绍。

本书共分为 11 章，首先让大家了解 SEO 存在的原因，然后对网页、网站、空间和程序与 SEO 的关系展开了细节上的讨论，最后几章深入介绍了百度推广的相关概念、设置、技巧和实操，让读者可以轻松上手操作，易学易用！

本书内容丰富、语言简洁、图文并茂，适合广大搜索引擎优化爱好者及想要通过搜索引擎优化赚取利润的读者。

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

百度 SEO 一本通 / 潘坚，李迅编著. —北京：电子工业出版社，2015.6

ISBN 978-7-121-25997-5

I. ①百… II. ①潘… ②李… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2015）第 094021 号

策划编辑：李 冰

责任编辑：徐津平

特约编辑：赵树刚

印 刷：三河市双峰印刷装订有限公司

装 订：三河市双峰印刷装订有限公司

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：787×980 1/16 印张：16.25 字数：416 千字

版 次：2015 年 6 月第 1 版

印 次：2015 年 6 月第 1 次印刷

定 价：59.00 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](mailto:zltz@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

服务热线：（010）88258888。

# 前言

几乎没有网民不使用搜索引擎，在阅读本书前，首先请读者回忆一下搜索的流程。首先打开百度，然后输入关键词，浏览查看页面；如果第一页没有我们需要的页面就再翻页，找到我们需要的页面时，通过链接打开这个网页，然后在目的网页中查找自己想要的內容。如果目的网页不够直观，我们可能还要回到百度中继续浏览。

从这个过程中我们发现了几个点：百度、关键词、链接、内容、翻页。如果我们有一个卖产品的网站，首先我们得有链接让百度可以找到这个网站；然后网站中必须有优秀的內容，当用户通过百度链接来到网站后能留住用户。因此我们得设计关键字，以保证用户能搜索到我们。最重要的是，那么多网页，我们如何排在第一页或是前几页？

这就是 SEO 要做的事，也是本书要告诉你的秘密！

## 本书的特色

- 读者群庞大，市场广阔。无论是草根、白领，还是企业大亨，都适合阅读本书。
- 行业覆盖面广。任何企业或个人网站的站长、博客站长，或者具有自己展示页面的博主、论坛管理者，以及任何想要进行网上推广的企业或人员。
- 内容精练，全程图解，详细解读搜索引擎优化相关的步骤、方法和取得的效果，实操性极强。
- 涉及网络营销的全部范围，技术点细腻，容易理解。
- 涉及百度推广的相关操作技巧和手法，国内关于 SEO 的书这方面的內容较少。

本书持有一贯的语言风格，在措辞上尽量做到浅显易懂，使所有层次的读者都能从书中获得知识。但鉴于作者水平有限，书中难免有疏漏之处，敬请广大读者朋友批评指正，或提出宝贵建议。



## 本书的读者

网站站长

传统的销售人员

网页设计人员

从事互联网销售的人员

SEO 入门人员

刚毕业的大学生

网络营销人员

各企业的推广人员

## 关于作者

潘坚，网名望族希望，专注于网络营销推广。早期曾担任多家企业的营销策划和 SEO 顾问，取得了良好的效果；并录制了一套希望 SEO 视频，广受好评。后期把更多精力放在了电商领域，尤其是淘宝店铺的营销策划及推广；曾先后担任多家女装公司电子商务部的淘宝和天猫运营负责人，对淘宝开店有着多年的实战经验；望族团队核心人员，望族人脉论坛创始人之一。

李迅，网络营销实践者，毕业于华南理工大学，担任多家企业的网络营销顾问，为企业提供网络营销解决方案及网络营销培训；长期从事外贸网络营销研究，以及跟踪研究国内外各种电子商务及网络营销模式；熟悉传统互联网、移动互联网生态关系，对微信营销、移动互联网营销拥有深刻的见解，善于将理论与实践融会贯通。

# 目 录

第 1 章 人人都应该知道的 SEO .....	1
1.1 什么是 SEO .....	1
1.2 为什么要用 SEO .....	2
1.3 SEO 都用在哪些网站 .....	3
1.4 搜索引擎的推广和竞价 .....	4
1.5 SEO 的优点 .....	5
第 2 章 关键词与网站或网页的关系 .....	7
2.1 什么是网站 .....	7
2.2 什么是网站的域名、空间和程序 .....	8
2.3 如何选择网站的域名、空间和程序 .....	9
2.4 什么是关键词 .....	11
2.5 关键词的种类 .....	12
2.6 什么是目标关键词 .....	13
2.7 目标关键词的具体特点 .....	13
2.8 什么是长尾关键词 .....	15
2.9 长尾关键词的具体形式 .....	17
2.10 长尾关键词的特点 .....	18
2.11 什么是相关关键词 .....	19
2.12 相关关键词的作用 .....	19
2.13 什么是首页和栏目关键词 .....	20
2.14 通过“百度指数”了解关键词的搜索量 .....	20
2.15 使用“百度指数”的注意事项 .....	23
第 3 章 网站的各种链接 .....	27
3.1 什么是超链接 .....	27
3.2 认识内链和外链 .....	29



3.3	什么是锚文本.....	31
3.4	什么是友情链接.....	32
3.5	认识导出链接和导入链接.....	33
3.6	认识单向链接和双向链接.....	34
3.7	网页源代码的查看方式.....	34
3.8	网页源代码的基本认识.....	35
<b>第 4 章</b>	<b>网站文章或博客文章的 SEO .....</b>	<b>38</b>
4.1	采集文章是不是抄袭.....	38
4.2	原创和伪原创文章.....	39
4.3	关键词选择的方法.....	39
4.4	关键词选择的实战案例.....	40
4.5	SEO 学习的认知问题.....	43
4.6	分词效应.....	44
4.7	怎样写一个漂亮的网站标题.....	45
4.8	网站标题的后台设置.....	47
4.9	什么是关键词密度.....	48
4.10	关键词密度的查询.....	51
4.11	文章更新的方法.....	51
4.12	文章更新的原因和频率.....	53
<b>第 5 章</b>	<b>通过外链提高知名度 .....</b>	<b>55</b>
5.1	博客留言外链的方法.....	55
5.2	博客留言的无效外链.....	56
5.3	博客留言的 nofollow 标签.....	57
5.4	如何理解软文.....	58
5.5	软文外链的方式.....	59
5.6	博客外链的方法.....	61
5.7	无效的博客外链.....	62
5.8	分享模板做外链.....	63

5.9	购买外链的网站.....	64
5.10	购买外链的注意事项.....	67
5.11	通过视频做外链的作用.....	68
5.12	通过视频做外链的方法.....	69
5.13	利用软件做外链的方法.....	70
5.14	利用软件做外链的注意事项.....	72
5.15	做外链的其他方法.....	72
5.16	做外链的注意事项.....	74
<b>第 6 章</b>	<b>做 SEO 必须知道的技巧 .....</b>	<b>76</b>
6.1	制作宣传威力巨大的链轮.....	76
6.2	如何查网站的外链.....	78
6.3	查询收录量的方法.....	79
6.4	如何查网站排名.....	81
6.5	如何做长尾关键词.....	85
6.6	做长尾关键词的方法.....	87
6.7	做长尾关键词的实战案例.....	89
6.8	如何利用次导航.....	92
6.9	注意网站地址的标准化.....	94
6.10	什么是死链接和错误链接.....	96
6.11	网民必须认识的 404 错误页面.....	98
6.12	了解网站的 HTTP 状态码.....	101
6.13	如何告诉搜索引擎该抓取什么内容.....	103
6.14	淘宝为什么禁止百度爬虫.....	108
6.15	如何利用标题.....	109
6.16	如何利用图片的 ALT 标签 .....	110
6.17	SEO 必须知道的权重和 PR .....	112
6.18	什么是 nofollow 标签 .....	115
6.19	必须具备良好的网站代码结构.....	118





6.20	网站为什么要做 301 重定向.....	119
6.21	认清网站目录结构.....	121
6.22	别让黑链毁了你的网站.....	122
<b>第 7 章</b>	<b>做 SEO 必须知道的网络技术 .....</b>	<b>125</b>
7.1	动态地址和静态地址.....	125
7.2	搜索跳出率.....	126
7.3	认识 PV .....	127
7.4	百度快照.....	128
7.5	到哪里去做外链.....	130
7.6	更换空间 IP 对网站排名有影响吗 .....	132
7.7	更改标题关键词会被惩罚吗.....	133
7.8	为什么自己的网站排名突然掉了 .....	133
7.9	自学突破瓶颈的方法.....	134
7.10	分析网站的具体做法——收录量.....	135
7.11	分析网站的具体做法——外链.....	136
7.12	分析网站的具体做法——PR 和权重.....	137
7.13	分析网站的具体做法——其他基本情况.....	139
7.14	SEO 的技术要点 .....	140
7.15	SEO 的策略和思维 .....	141
7.16	SEO 思维的衍生 .....	144
7.17	SEO 和赚钱的关系 .....	145
<b>第 8 章</b>	<b>搜索引擎竞价推广 .....</b>	<b>147</b>
8.1	什么是搜索引擎竞价推广 .....	147
8.2	搜索引擎竞价推广的优势.....	149
8.3	推广结果如何展现.....	150
8.4	搜索推广结果和自然搜索结果的区别.....	151
8.5	如何注册百度搜索推广账户 .....	152
8.6	怎样做百度搜索推广.....	154

8.7	怎样登录搜索推广账户.....	154
8.8	搭建百度推广账户.....	156
8.9	建立推广计划.....	157
8.10	建立推广单元.....	161
8.11	怎样才是健康的账户结构.....	162
8.12	百度账户状态.....	163
8.13	百度推广计划状态.....	165
8.14	百度推广单元状态.....	167
8.15	百度推广账户预算.....	168
8.16	百度推广账户每日预算设置.....	169
8.17	百度推广账户每周预算设置.....	170
8.18	百度推广计划预算设置.....	171
8.19	百度推广账户地域设置.....	171
8.20	百度推广计划地域设置.....	173
8.21	什么是精确匹配扩展.....	173
8.22	百度推广时段设置.....	174
8.23	移动出价比例设置.....	175
<b>第 9 章</b>	<b>关键词添加及创意撰写.....</b>	<b>177</b>
9.1	寻找关键词.....	177
9.2	关键词添加规则.....	179
9.3	怎样添加关键词.....	179
9.4	百度关键词工具.....	180
9.5	关键词的状态.....	183
9.6	关键词匹配方式.....	184
9.7	如何为关键词选择匹配方式.....	185
9.8	怎样给关键词设置各种匹配方式.....	185
9.9	关键词的出价.....	188
9.10	如何给单元设置出价.....	188



9.11	如何给关键词设置出价.....	190
9.12	什么叫关键词质量度.....	191
9.13	什么是否定关键词/精确否定关键词.....	191
9.14	添加和删除否定关键词/精确否定关键词.....	192
9.15	什么是创意.....	195
9.16	怎样添加创意.....	196
9.17	通配符的使用.....	197
9.18	设置创意展现方式.....	198
9.19	撰写创意需要符合的规范.....	199
9.20	显示 URL 和访问 URL.....	200
9.21	附加创意.....	201
<b>第 10 章</b>	<b>百度推广投放与统计报告 .....</b>	<b>205</b>
10.1	推广的展现.....	205
10.2	推广结果正常展现需要满足哪些条件.....	209
10.3	什么是推广排名.....	210
10.4	点击的定义.....	210
10.5	点击价格.....	211
10.6	什么是最低展现价格.....	213
10.7	什么是平均点击价格.....	214
10.8	统计报告.....	214
10.9	数据报告.....	215
10.10	搜索词报告.....	218
10.11	优化建议工具.....	224
10.12	历史操作查询工具.....	225
<b>第 11 章</b>	<b>网盟推广 .....</b>	<b>227</b>
11.1	什么是网盟.....	227
11.2	网盟的展现形式.....	228
11.3	如何开通网盟推广账户.....	229

---

11.4	网盟的账户结构.....	230
11.5	新建网盟计划.....	231
11.6	认识网盟推广计划的各项状态.....	233
11.7	新建推广组.....	234
11.8	认识推广组的各项状态.....	240
11.9	新建文字创意.....	242
11.10	新建图片创意.....	245



## 人人都应该知道的 SEO

SEO 就是搜索引擎优化，用来帮百度、谷歌等搜索引擎快速找到你要找的网站，英文全称是 Search Engine Optimization。本书的宗旨是：让对 SEO 一无所知的人，从零开始认识 SEO，一点点进步，直到完全学会操作 SEO。很多人反映看了网上的 SEO 教程后对如何操作 SEO 还是一知半解，本书将为大家解决这个问题，从实践角度出发，让大家能完全明白 SEO 的操作方法。

本书为了照顾 SEO 零基础的同学，会从基础知识开始讲起，即什么是 SEO，为什么用 SEO，层层递进，直到后面章节的提高及深入。该书涉及很多 SEO 基础性的问题，所以对有基础的同学可能显得冗长，还望谅解。

### 1.1 什么是 SEO

首先需要了解什么是 SEO，为什么要用 SEO？网民上网都会使用百度、谷歌等搜

搜索引擎来搜索信息，例如，用百度搜索“今年过年是哪一天”，如图 1-1 所示，结果列表中的第一条信息来自“百度知道”，第二条信息来自“国美在线”，等等。从中可以很快找到需要的信息。



图 1-1 “今年过年是哪一天” 百度搜索结果

## 1.2 为什么要用 SEO

1.1 节的实例引出一个疑问：为什么在搜索结果中，有些网站信息排第一，有些排第二，这些排名顺序是随机的还是有规律的呢？答案是“排名是有规律的”。那么，是什么规律呢？正是遵循 SEO 的规律。例如，用百度搜索“减肥药”，结果如图 1-2 所示。

从图 1-2 中的搜索结果可以看出，排名越靠前的网站，越容易被搜索者看到。而 SEO 的作用正是提高网站的排名，即利用搜索引擎的搜索规则来提高网站在搜索引擎中的自然排名，让网站排名更靠前，更容易被他人点击浏览。



图 1-2 “减肥药”百度搜索结果（1）

说明：本书为了直观地让读者明白 SEO 的操作方式，不涉及太多理论，如果读者需要了解 SEO 的详细理论，可以在百度上查找。学习 SEO 之前需要明确一点，想要网站在搜索结果中的排名靠前，就得通过 SEO，这也是学习 SEO 的原因。

一般情况下，访客只会关注搜索结果里排名靠前的网站，所以只有通过 SEO 把自己的产品、信息、内容更加有效地排到搜索结果的首页，才能使每个搜索关键词的访客更容易看到这些产品、信息和内容。

### 1.3 SEO 都用在哪些网站

前面我们已经讲过了“什么是 SEO，为什么要用 SEO”，那么本节我们需要清楚做中文网站，SEO 主要针对哪种搜索引擎；而做英文网站，SEO 又主要针对哪种搜索引擎。一般来讲，中文网站是做给中国人看的，而目前国内的网民几乎都会使用百度



搜索引擎来搜索信息，所以中文网站的 SEO 主要是针对百度搜索引擎，而英文网站的 SEO 一般是针对谷歌搜索引擎。

做中文网站的 SEO，无论是针对百度搜索引擎，还是谷歌、搜搜或搜狗等搜索引擎，其基本原理都是相同的，只是每一个搜索引擎的搜索机制不尽相同。所以，当一个网站或一个关键词在百度排名很好时，在谷歌或其他搜索引擎的排名不一定会很好；而在百度排名不好的网站，在其他搜索引擎的排名可能会很好。

在不同搜索引擎的排名有差别是很正常的，但如果把网站的 SEO 做得非常到位，那么该网站总体上来说在比较知名的几个搜索引擎里的排名都会不错。因为大部分人都习惯使用百度，所以做中文网站主要针对的是百度搜索引擎，只有在百度排名好，网站的访客才会比较多。

## 1.4 搜索引擎的推广和竞价

本书讲解的案例主要以百度 SEO 为例，搜索引擎的基本原理和操作方法大同小异，所以无须担心百度 SEO 在其他搜索引擎上无用武之地。想利用 SEO 让自己的网站排名好，就要先弄清楚什么是推广，什么是竞价，以及它们和网站自然排名的区别。

推广就是花钱在搜索引擎上买广告位。例如，用百度搜索“减肥药”，结果如图 1-3 所示，排名在前的网站与排名在后的网站有什么区别呢？搜索结果里，排名在前的网站后面有“推广”两个字，而排名在后的网站，从网站“百度百科”开始，就没有“推广”两个字了。

有“推广”两个字的网站向百度购买了广告位，即企业或个人为了出售产品，需要向百度交纳一定的费用，百度将之放在搜索结果的前面，这样不需通过任何 SEO，谁交纳的钱多，谁的网站就排在前面。图 1-3 中右侧的推广链接也是广告位。推广又叫竞价，一般百度显示“推广”，谷歌显示“竞价”。推广和竞价意思相同，只是称谓不同。





图 1-3 “减肥药”百度搜索结果 (2)

SEO 是针对网站在搜索引擎里的自然排名, SEO 做得再好, 也只能得到自然排名的第一位, 不可能通过做 SEO 把花钱的网站挤到后面, 做推广、竞价的网站总是排在做 SEO 的网站的前面。

做一个网站的 SEO, 做得比其他网站都好, 最终该网站排在第一位。这里的“第一位”并不是指所有搜索结果里的第一位, 而是指除“推广”网站以外的第一位, 即自然排名第一。一般做 SEO 的人问你的网站排名第几, 他指的是自然排名。这些概念必须要清楚, 否则沟通起来会有困难。

## 1.5 SEO 的优点

理解了推广 (竞价) 和自然排名的区别后, 有些人会认为 SEO 做得再好, 网站排名还是会排在“推广”网站的后面, 这样并没有太大意义。但是这里要说明一点, 如果花钱做推广无论哪方面都比 SEO 有优势, 那么 SEO 就不会吸引这么多人做了。所以, 自然排名有推广 (竞价) 无法比拟的好处, 但同时也有风险。