

让您快速成为建站高手，
营销、优化、赚钱样样精通！

com

网站解密

站长百科
www.zzbaike.com

从零开始学建站

站长百科 编著



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

网站解密

从零开始学建站

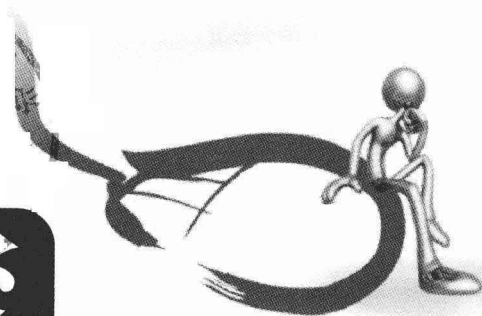
站长百科 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING



内 容 简 介

本书是为站长群体编写的一本入门级的书，它的定位是：对网站制作不清楚、对网站程序不了解、想成为一名站长的人。从基本的网站概念到一个网站上线所涉及的知识，都会在书中一一呈现。

本书共分为7篇18章。“准备篇”介绍了网站的基本概念，域名和主机的知识，当下几类常用网站程序的概念，以及如何选择合适的网站程序。“建站篇”介绍了网站的规划设计，以及建站程序的安装和使用。“运营优化篇”介绍了网站运营优化的知识，对搜索引擎、关键词、页面、内容、外链等做了详细的描述，这些是网站上线后需要进行的一系列工作。“网站推广篇”重点介绍了网站对外推广的方法与注意事项。“网站盈利篇”介绍了网站赚钱的几种形式。“网站工具篇”介绍了网站在建设、推广、运营时需要使用的一系列工具。“总结篇”对本书的内容进行了概要性的总结，以加强读者对重点知识的把握。

本书对想做网站或刚入门的站长会有所帮助，同时对与网站有关的其他人员，如网络编辑、程序员、美工、前端开发人员及大中专院校相关专业的学生，都具有参考价值。

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

网站解密：从零开始学建站 / 站长百科编著. —北京：电子工业出版社，2013.5
ISBN 978-7-121-20262-9

I. ①网… II. ①站… III. ①网站—建设 IV. ①TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第085944号

策划编辑：林瑞和

责任编辑：徐津平

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：20.5 字数：427千字

印 次：2013年5月第1次印刷

印 数：4000册 定价：49.00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 zltts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：(010) 88258888。

序

个人站长，一个既熟悉又陌生的职业。说它熟悉，是因为自互联网诞生以来，它便一直存在着，且起着重要的作用。我和正在读这本书的读者，大多数都是站长，而有些则即将成为站长，有些在密切关注着站长的发展。说它陌生，一是因为从事个人站长职业的人还相对较少，虽然国内有数百万名站长，但相比较传统的热门行业，基数还是小了一点，二是因为个人站长经历十多年的发展，人们对它的认知度还比较低，甚至存在着一些误解。严格地说，个人站长是伴随互联网的发展而兴起的一个新兴职业，大致经历了野蛮生长、政策打击、理性转型 3 个阶段。

如今的个人站长，正处在发展的第三个阶段。国内站长的发展与互联网的进步相辅相成。一开始的“野蛮生长”正是在国内互联网的起步阶段，各方面政策和市场环境还不完善，充斥各种诱惑、机遇，却缺乏一定的监管。有些站长取得了巨大的成功，例如以蔡文胜、华军、李兴平为代表的第一批个人站长。从 2009 年开始，站长群体受国家政策、各大门户的崛起等因素影响，很难在热门领域取得成绩。站长们在认识到这一状况后，积极转变思路，接受新的理念和环境，并跟上了互联网发展的步伐。这正是站长们现在所处的第三个阶段——“转型升级”阶段。

有人说“站长已死”，这个言论在前几年的互联网整治中很流行。现在看来，站长这个职业并没有“死”，而是坚强地挺过了寒冬，正迎来新的机遇、新的发展，并诞生了一批伴随站长们一起成长的站长类网站，如 Admin5、站长百科等。

随着互联网的进一步普及，上网已经成为普通百姓生活中不可缺少的一项活动，而计算机、网络相关课程也成为大中专院校的必修课，相信未来的站长群体会更加庞大，职业素质和知识积累也会越来越高、越来越丰富。在可以预见的未来，站长这个群体将不再是“草根”的代名词，将被赋予更有内涵的头衔。而纵观网站的发展形态，也由最初的几个简单网页发展成为各种各样拥有不同功能类别和用途的网站程序，站长只需要下载一个网站程序就能轻松实现一个网站，大大降低了成为一名站长的门槛。正因如此，站长们应更多地关注网站的运营与推广，以及如何选择适合自己的网站程序，这也为那些想成为站长或

者想通过网站表达自己的观点、实现自己的想法的人提供了可能。

本书恰恰是一本站长入门书。目前市场上关于互联网和站长的书不少，但大多都是单一专业的层面，像网络营销、搜索引擎优化、网上赚钱方面的书籍出了一本又一本，而《疯狂站长》、《玩赚你的网站》等书，大都倾向于优化及个人建站感受，能全面介绍网站的制作过程及站长需要掌握的基础知识和技能的书还不是很多。本书能让读者一目了然，方便地查到与站长相关的各种知识——互联网上的信息，存在着碎片化的问题，很多新手站长可能在这个网站学习了域名注册的知识，然后去 IDC 那里注册了域名，再到另外一个网站学习如何选择建站程序，最后又去书店买了几本优化和营销方面的书，过程烦琐，让很多新手退缩。本书正是面向已经成为站长、想要成为站长和关注站长发展的三大人群，涵盖网站制作、策划、优化、推广、运营及站长日常工作等内容的一本好书。一本书，一步到位，让站长全面学习各种知识，成为建站旅途中的指路明灯。

最后，在这里预祝本书能够畅销，最好是站长们能够人手一本，也期待着站长们在阅读的同时，能提出不同的建议，将来能在作者和站长的共同努力下，推出《网站解密》2.0、3.0……强化版本。

Admin5 站长网创始人 图王

前言

自打有了“站长”这个词，就存在着一个以运营网站为职业或爱好的群体。他们有的是为了解决自己在其他方面遇到的问题而建立一个网站，方便与同行交流；有的是为了记录自己的生活、学习、工作而建立的一个博客；有的则是为了解决某类群体的问题而建立网站并以此来获得一些收入。而最早的这批站长，如今大都取得了不错的成绩，成为后来人学习的榜样。

上述这批最早的站长，其成长之路也是很坎坷的。最初，国内站长没有相关的书籍或详细的文档来介绍网站制作或运营的知识，大都得到处找资料或自己琢磨，而随着互联网的发展和普及，现如今网络书籍变得异常丰富，并且随着站长群体的发展，站长类的书籍也出现了不少。但是，现有关于站长的书籍大都集中在网站推广、营销或个人建站经历方面，对于网站从无到有这一过程中所涉及的方方面面的知识的相关书籍并不多见。而当互联网发展到 2005 年的时候，各类的建站程序（搭建网站的软件程序）也逐渐发展起来，形成了丰富的体系，站长们进入了一个新的网站建设时代，告别了自己写代码的年代。面对丰富的网站程序，选择什么样的建站程序也成为站长们需要花时间去考虑的一个问题。同时，互联网已经成为人们生活中不可缺少的一种元素，并且越来越多的人都有展示自己的需求，“站长”这一概念也越来越平民化。综合上述提到的问题与现象，促成了本书的写作。

这本书是站长百科（<http://www.zzbaike.com>）为站长群体编写的一本入门级的书，它的定位是：对网站制作不清楚、对网站程序不了解、想成为一名站长的人。从基本的网站概念到一个网站上线所涉及的知识，都会在书中一一呈现。

本书由站长百科的 4 位管理人员合著，共分为 7 篇 18 章。

- 准备篇：第 1 章介绍了网站的基本概念。第 2 章系统介绍了网站必备元素——域名和主机的知识。第 3 章介绍了当下几类常用网站程序的概念，以及如何选择合适的网站程序。
- 建站篇：第 4 章至第 5 章介绍了网站的规划设计，以及建站程序的安装和使用。
- 运营优化篇：第 6 章至第 10 章介绍了网站运营优化的知识，对搜索引擎、关键词、

页面、内容、外链等做了详细的描述，这些是网站上线后需要进行的一系列工作。

- 网站推广篇：第 11 章重点介绍了网站对外推广的方法与注意事项。
- 网站盈利篇：第 12 章至第 14 章介绍了网站赚钱的几种形式。
- 网站工具篇：第 15 章至第 17 章介绍了网站在建设、推广、运营时需要使用的一系列工具。
- 总结篇：第 18 章对前面 17 章的知识进行了概要性的总结，加强读者对重点知识的把握。

附录对书中出现的术语进行了总结。

相信这本书对想做网站或刚入门的站长会有所帮助，同时对与网站有关的其他人员，如网络编辑、程序员、美工、前端开发人员及大中专院校相关专业的学生，都具有参考价值。

读者可以通过登录站长百科 (<http://www.zzbaike.com>)，到站长百科的 wiki 知识库、论坛中去分享自己的心得、提出问题、交流互动。

感谢本书的 4 位作者——孙苏根、刘飞、刘飞虎、许磊，他们共同努力才有了这本书的出版。

感谢 Admin5 站长网的创始人、知名站长章征军（网名：图王）为本书作序。

感谢电子工业出版社对站长百科的认可，以及在本书编写过程中的所有支持。

站长百科创始人 大漠

2013 年 3 月 18 日于合肥

目 录

准 备 篇

第 1 章 网站的基本概念与规划建设	2
1.1 建站零起点	2
1.1.1 认识网站	2
1.1.2 建立网站的用户需求	3
1.1.3 网页的组成	4
1.1.4 网站的基本构造	4
1.1.5 各组成部分的作用	5
1.1.6 移动互联网	6
1.1.7 网站的盈利模式	6
1.1.8 个人站长	9
1.2 建站目的与网站分类	12
1.2.1 为什么建站	12
1.2.2 建站的常见误区	13
1.2.3 网站的分类	14
1.3 网站定位	18
1.3.1 网站的名称	18
1.3.2 域名	18
1.3.3 网站的主题	19
1.3.4 网站的规模	19
1.4 网站的结构与布局	20
1.4.1 确定网站的目录结构	20
1.4.2 确定网站的链接结构	21
1.4.3 页面布局方式	21

1.5 本章小结	22
第2章 域名和主机	24
2.1 域名	24
2.1.1 域名的基础知识	24
2.1.2 域名的注册与解析	25
2.1.3 域名的状态与时效	31
2.1.4 域名安全	32
2.2 主机	32
2.2.1 主机的基础知识	32
2.2.2 主机的选购	34
2.2.3 主机的操作	35
2.2.4 主机安全	40
2.3 本章小结	41
第3章 建站程序的选择与安装	42
3.1 网站程序的类型	42
3.1.1 什么是网站程序	42
3.1.2 网站程序的分类	42
3.2 如何选择合适的网站程序	47
3.2.1 充分了解站点规划	47
3.2.2 根据网站的功能选择程序	47
3.2.3 稳定性与安全性	47
3.2.4 搜索友好度	48
3.2.5 网站的未来发展空间	48
3.3 安装网站程序	48
3.3.1 CMS 系统的安装	48
3.3.2 论坛程序的安装	52
3.3.3 博客程序的安装	56
3.3.4 网店系统的安装	60
3.4 本章小结	65

建 站 篇

第4章 网站规划设计	68
4.1 了解网站规划设计	68

4.1.1	什么是网站规划	68
4.1.2	网站规划的意义	69
4.2	实现网站规划设计	69
4.2.1	网站规划的原则	69
4.2.2	网站规划的流程	70
4.3	如何掌握网站规划	74
4.3.1	对网站的了解	74
4.3.2	对用户的研究	75
4.4	本章小结	75
第 5 章	建站程序的使用	76
5.1	认识 Drupal	76
5.1.1	Drupal 简介	76
5.1.2	Drupal 的主要特点与功能	77
5.2	Drupal 建站的基本流程	78
5.2.1	Drupal 汉化包的安装	78
5.2.2	Drupal 前后台界面功能简介	80
5.3	主题的安装与配置	85
5.3.1	如何选择主题	85
5.3.2	Marinelli 主题的安装	85
5.3.3	Marinelli 主题的配置	86
5.4	Drupal 论坛模块的安装与配置	87
5.4.1	论坛模块的安装	87
5.4.2	添加论坛分区与主题	88
5.4.3	Advanced-forum 的安装	89
5.5	文章发布与区块管理	90
5.5.1	网站文章的发布	90
5.5.2	区块的简单设置	93
5.6	Drupal 建站的进阶设置	94
5.6.1	FCKeditor 模块	94
5.6.2	Pathauto 模块	95
5.6.3	内容构建工具集	95
5.7	了解其他建站程序	96
5.7.1	Joomla	96

5.7.2 帝国网站管理系统	97
5.7.3 MediaWiki	97
5.8 本章小结	98

运营优化篇

第6章 搜索引擎优化基础	102
6.1 什么是搜索引擎	102
6.2 搜索引擎的工作原理	103
6.2.1 爬行抓取	103
6.2.2 索引处理	104
6.2.3 排名	105
6.3 什么是 SEO	105
6.3.1 搜索引擎优化的价值	106
6.3.2 搜索引擎优化的目标	107
6.4 搜索引擎的发展	107
6.5 关于 SEO 的一些观点	110
6.5.1 搜索引擎优化合法吗	110
6.5.2 会不会和搜索引擎对着干	110
6.5.3 网站有大量优质原创内容还需要 SEO 吗	111
6.5.4 SEO 没有技术含量 (SEO 需要很高深的技术) 吗	111
6.5.5 应该学习大型网站的做法吗	111
6.5.6 SEO 企业或 SEO 工具的保证排名宣传	111
6.5.7 稳定的排名	112
6.5.8 竞争对手无法破坏我的排名	112
6.6 本章小结	112
第7章 关键词的分析与研究	113
7.1 什么是关键词	113
7.2 关键词的选择	113
7.2.1 关键词不要太宽泛	114
7.2.2 选择搜索次数多、竞争小的关键词	114
7.2.3 主关键词不要太长或太特殊	114
7.2.4 关键词不能过“冷”	115
7.2.5 站在用户的角度思考	115

7.2.6	关键词要与网站相关	115
7.3	判断关键词的竞争强度	115
7.3.1	搜索结果数	116
7.3.2	竞价排名推广数量	116
7.3.3	关键词指数	117
7.3.4	域名级竞争对手的数量	117
7.3.5	第一页竞争对手的实力	118
7.3.6	intitl 结果数	118
7.4	主关键词的定位	119
7.4.1	服务对象是用户	119
7.4.2	凭借经验推断主关键词	119
7.4.3	分析竞争对手的网站	119
7.4.4	借助工具收集数据	120
7.5	关键词的拓展	120
7.5.1	相关工具	120
7.5.2	搜索框提示	122
7.5.3	相关搜索	122
7.5.4	其他工具的利用	123
7.5.5	关键词的不同形式	123
7.5.6	关键词的补充说明	124
7.5.7	使用统计工具挖掘关键词	124
7.5.8	关键词的交叉组合	124
7.6	长尾关键词	125
7.6.1	长尾关键词的特征	126
7.6.2	怎么做长尾关键词	126
7.7	关键词的布局	127
7.8	本章小结	128
第 8 章	单页面优化	129
8.1	网页标题的重要性	129
8.1.1	关键词的采用和突出	130
8.1.2	控制标题的长度	130
8.1.3	关键词的出现频率不要太高	131
8.1.4	标题要能吸引搜索者	131
8.1.5	关键词应放在标题的前面	131

8.1.6 学会组合关键词	132
8.2 网页描述的标签	132
8.3 网页关键词的标签	133
8.4 题头标签的作用	133
8.5 图片的替代文字	134
8.6 网页重命名的重要性	135
8.7 内容中的关键词	136
8.7.1 关键词密度	136
8.7.2 关键词密度的基本原则	136
8.7.3 关键词的位置	136
8.8 锚文本的优化	137
8.8.1 锚文本对 SEO 的作用	137
8.8.2 使用锚文本的注意事项	138
8.9 本章小结	138
第 9 章 内容为王	139
9.1 网站内容的组织	139
9.2 搜索引擎喜欢什么样的内容	140
9.3 网站内容的来源	142
9.3.1 自己撰写原创文章	142
9.3.2 “原创”转载的内容	142
9.3.3 鼓励用户贡献内容	142
9.3.4 翻译国外的原创文章	142
9.3.5 收集行业信息	142
9.3.6 适当的“伪原创”	143
9.4 内容匮乏怎么办	144
9.5 网站结构的优化	146
9.5.1 目录结构	147
9.5.2 URL	147
9.5.3 导航结构	148
9.5.4 框架结构	149
9.5.5 图片优化	149
9.5.6 Flash 优化	150
9.5.7 404 错误页设置	150

9.6 本章小结	150
第 10 章 网站外部链接的优化操作	151
10.1 链接的基本知识	151
10.2 网站链接的重要性	152
10.2.1 怎样看待链接的普遍性	153
10.2.2 链接影响 PageRank 值	153
10.3 什么是高质量的外部链接	154
10.4 确定链接策略	155
10.5 友情链接	156
10.5.1 友情链接交换注意事项	156
10.5.2 如何请求友情链接	157
10.6 友情链接交换中的骗局	158
10.7 链接诱饵	160
10.7.1 链接诱饵的种类	160
10.7.2 制作链接诱饵	162
10.8 导入链接和导出链接	163
10.8.1 导入链接	163
10.8.2 导出链接	165
10.9 外部链接建设中的几个误区	166
10.9.1 外部链接数目增长的自然化	166
10.9.2 不要忘记自己能做好的事情	166
10.9.3 不宜使用群发软件	167
10.9.4 购买链接	167
10.10 本章小结	168

网站推广篇

第 11 章 网站运营推广	170
11.1 搜索引擎推广	170
11.1.1 付费搜索引擎推广	170
11.1.2 免费搜索引擎推广	171
11.2 软文推广	172
11.2.1 什么是软文	172
11.2.2 软文写作技巧	172

11.2.3	软文写作误区	175
11.3	电子书推广	176
11.3.1	电子书推广的优势	176
11.3.2	电子书推广的步骤	177
11.4	邮件推广	178
11.4.1	邮件推广的方法	178
11.4.2	邮件推广的注意事项	179
11.5	博客推广	180
11.5.1	博客推广的优势	180
11.5.2	博客推广的技巧	181
11.6	QQ 群推广	183
11.6.1	QQ 群推广的特点	183
11.6.2	QQ 群推广适合的网站	184
11.6.3	QQ 群推广的方法	184
11.7	病毒式推广	185
11.7.1	病毒式营销的方法	185
11.7.2	案例: Perrier 的 YouTube 推广	186
11.8	资源合作推广	187
11.8.1	资源合作的流程	187
11.8.2	如何挖掘资源	188
11.9	网络广告推广	190
11.9.1	常见的网络广告形式	190
11.9.2	如何做好网络广告推广	191
11.9.3	如何提高网络广告的效果	192
11.10	信息发布推广	193
11.10.1	分类信息推广	193
11.10.2	论坛推广	195
11.10.3	问答平台推广	196
11.10.4	网址大全推广	196
11.11	本章小结	197

网站盈利篇

第 12 章	广告联盟	200
12.1	站点广告位	200

12.2	网络广告的类型	202
12.3	广告联盟概述	203
12.4	加入广告联盟	205
12.5	常见广告联盟	206
12.5.1	Google AdSense	206
12.5.2	百度联盟	207
12.6	广告联盟注意事项	208
12.7	本章小结	208
第 13 章	淘宝客推广	209
13.1	淘宝联盟概述	209
13.2	淘宝联盟推广类型	210
13.3	参与淘宝联盟	211
13.4	淘宝联盟操作注意事项	214
13.5	本章小结	216
第 14 章	英文站点赚钱	217
14.1	英文站点的盈利模式	217
14.2	英文站点的运作	218
14.3	英文站点运作注意事项	219
14.4	本章小结	220

网站工具篇

第 15 章	数据统计工具	222
15.1	网站数据统计	222
15.1.1	什么是网站数据	222
15.1.2	网站数据统计的意义	223
15.1.3	如何对网站进行数据统计	223
15.2	网站数据统计工具	225
15.2.1	国内网站数据统计工具	225
15.2.2	国外网站数据统计工具	235
15.3	网站数据统计术语	239
15.4	网站数据分析原则	240
15.5	本章小结	241

第 16 章 推广工具	242
16.1 站点综合数据查询工具	242
16.2 关键词工具	244
16.2.1 百度指数	244
16.2.2 Google 关键词工具	246
16.3 外链工具	248
16.3.1 搜索引擎指令	248
16.3.2 百度外链查询工具	250
16.4 站长工具平台	251
16.5 本章小结	251
第 17 章 常用建站工具	252
17.1 网站制作工具	252
17.1.1 Axure RP	252
17.1.2 Dreamweaver	257
17.2 图片动画制作工具	266
17.2.1 Photoshop	266
17.2.2 Fireworks	275
17.2.3 Flash	281
17.3 本章小结	284

总 结 篇

第 18 章 站长需要掌握的知识与技能	286
18.1 网站建设流程的掌握	286
18.1.1 网站及网站的构成	286
18.1.2 网站的规划建设	286
18.1.3 了解网站程序	287
18.2 网站运营流程	287
18.2.1 内容建设	288
18.2.2 网站优化推广	288
18.3 网站盈利和网站工具的使用	289
18.4 本章小结	290
附录 A 术语索引	291