

SEO 智慧

——搜索引擎优化 与网络营销革命

[美] 欧朝晖(Terrence C. Ou) 著

SEO Wisdom
Search Engine Optimization and the Revolution of Internet Marketing



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

SEO智慧

——搜索引擎优化与网站营销革命

欧朝晖的书就是意在传输、教育先进的理念和思维，不仅仅是从技术上，而是从策略上为国内电子商务的发展助推。

新东方教育科技集团董事长 俞敏洪

利用搜索引擎优化的高新技术，优化多语种网站，拓展国际市场，将会为全球化进展起到创新、提速的作用。

世界华人集团联盟主席 世界经济十大华人
杰出投资风云人物 沈田义

《SEO智慧》一书讲解了搜索引擎优化的拓展应用，对于帮助优秀网站实现影响力提升、扩大网站渗透力和感召力，具有实际的指导意义，值得一读。

盛大文学有限公司CEO 侯小强

本书的确是一本有助于我们中国企业提升自身的在线销售水平、发展电子商务及网络精准营销的教科书和参考书。

中国计算机世界传媒集团计世在线总经理 饶渐平

搜索时代的每一天，都是从网上搜索开始的。《SEO智慧》就是要告诉读者如何在互联网上点石成金的智慧。

搜狐总编助理 阳光

如果打造一个有高收益、高回报的网站，必须有正确的指导而避免走入误区。

《SEO智慧》是一部帮助企业建立网络策略的绝好读物。

中国名牌专家 中国科技金融促进会
风险投资委员会秘书长 万力

欧朝晖四年前就已经将搜索引擎优化与企业网络营销成功紧密结合的观念带进台湾地区，在此我代表台湾地区的业界同仁恭贺新书的出版和畅销。

台湾联网国际首席营运官
台北市政府网络行銷顾问 罗经宗

网上订购: www.dearbook.com.cn
第二书店·第一服务



策划编辑: 李 冰
责任编辑: 葛 娜
责任美编: 李 玲



本书贴有激光防伪标志，凡没有防伪标志者，属盗版图书。

上架建议: 互联网>搜索引擎优化

ISBN 978-7-121-08708-0



定价: 59.00元

SEO 智慧 ——搜索引擎优化 与网络营销革命

[美] 欧朝晖(Terrence C. Ou) 著

SEO Wisdom

Search Engine Optimization and the Revolution of Internet Marketing

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

这是一本不仅系统讲述搜索引擎优化（SEO）的原理、技法、思维、经验的畅销作品，而且论述了市场学、营销学、心理学怎样与搜索营销形成综合战略的经典著作。从说明网站的搭建该怎样围绕搜索引擎优化开始，到网站优化的具体策划和技术细节，再到搜索营销的持续开展，说明打造投资回报率高的网站应该怎样具备必需的搜索营销思维和战略做法，是作者 12 年网络营销经验，特别是搜索引擎优化（SEO）实现营销方面的技术和实践总结。本书帮助读者建立搜索营销的概念，分析搜索营销广告和网站优化的相辅相成，并从认识搜索引擎的原理开始，导出搜索引擎优化的真正含义，向读者引入以搜索引擎优化为宗旨的“第三代网站建设”的新观念和设计理念，并结合网站的运营，将实现成功网络营销的重要因素通盘置于搜索引擎优化的大思维之中，说明搜索引擎优化不是孤立执行的，是与网站的各个因素休戚相关的、与网站的成长是并行的。

本书适合各个行业负责网络营销和网络品牌推广的负责人和技术人员阅读，包括负责企业市场推广的专业经理人、项目主管、网站设计者、程序员，政府和事业单位网站编辑及维护的技术人员，以及其他各行业接触网络营销的站长和管理员。本书也适合作为教材，为各大专院校的 MBA 或 EMBA、职业教育培训中心的电子商务教程补上必不可少的一块内容。

本书相伴网站是 www.seoshu.com（SEO 书）。

“尚奇”、“尚奇华”、英文“Zunch”、“Zunchina”及四边形“Z”字图标是尚奇中国有限公司（香港）和尚奇华（北京）电子商务有限公司的注册商标。

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

SEO 智慧：搜索引擎优化与网络营销革命 /（美）欧朝晖著. 北京：电子工业出版社，2009.6
ISBN 978-7-121-08708-0

I. S… II. 欧… III. 互联网络—情报检索—市场营销学 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2009）第 063628 号

策划编辑：李 冰

责任编辑：葛 娜

印 刷：北京智力达印刷有限公司

装 订：北京中新伟业印刷有限公司

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：31 字数：482 千字

印 次：2009 年 6 月第 1 次印刷

印 数：4 000 册 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 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。



经历 2005—2008 年的翻番飞速发展，中国搜索引擎用户占整体网民 2.98 亿人比例已经达到 81.9%，接近 2.5 亿人，2012 年将突破 5 亿。2008 年中国网页搜索请求量达 1500 亿次，月均突破 125 亿次。此外根据艾瑞咨询网民连续用户行为研究系统 iUserTracker 的最新数据显示，截至到 2008 年第四季度中国网页搜索请求量达 468.0 亿次，比第三季度大幅提升 25.8%。2008 年全年中国网页搜索请求量累计达 1500 亿次，相比 2007 年全年的 911 亿次，同比大幅提升 63.2%。中国网页搜索请求量月均达 125 亿次，相比较同期美国网页搜索请求量的近 115 亿次，中国网页搜索请求量规模依然保持全球最大，且仍保持高速增长。

伴随着搜索引擎用户规模的增长，及其对网络信息资源的整合入口功能逐步展现，广告主和网站主逐步将搜索引擎营销视为投资回报率最高的营销方式，搜索引擎营销（SEM 和 SEO）也逐渐成为广告主营销的重要理念。特别是进入到 2007 年后，越来越多的大品牌广告开始在中国搜索引擎上投放广告，标志着中国搜索引擎营销行业进入到一个新纪元。搜索引擎巨大的流量背后蕴藏的商机在中国日益显现，截至 2008 年年底中国搜索市场规模激增至 50 亿元。

毋庸置疑，伴随着广告主对搜索营销的认可程度上升，以及中国搜索引擎在海外的的发展，将会有越来越多的企业网站和广告主将参与到与搜索运营商的合作中来，因此未来几年中国搜索引擎营销将呈现推陈出新的发展局面，新理念新手段将逐步涌现。因此《SEO 智慧——搜索引擎优化与网络营销革命》的推出正是迎合了网络营销新时代的需求，中国搜索营销新阶段的需求。

搜索引擎营销（SEM）包含了搜索广告投放和搜索引擎优化（SEO）。两者都是基于搜索引擎这个平台而生的，其中搜索广告投放要求对关键词购买竞价有批量精准灵活的投放模式掌握，目的是吸引有消费意向的搜索引擎用户来对一个网站在搜索引擎上的广告产生共鸣，进而吸引点击和访问甚至购买行为的产生，

带来高 ROI 的投放效果。SEO 是基于对搜索引擎的了解,通过优化网站内外结构,从而更加适应搜索引擎的检索规律,令网站在自然搜索结果页中的排位靠前。搜索引擎营销就是对两者的深入和组合应用。

欧朝晖的力作深入浅出,具体翔实地介绍了搜索营销之妙处,着重于讲解搜索引擎优化的思维、技术和实践。同时,书中也介绍了搜索广告的策划方法和原则,因为搜索广告和搜索引擎优化是一对互补的提升网站表现的营销手段。此书使我们针对网站的搜索引擎优化有了方向、有了方法、有了效果,是一本值得细细揣摩的、具有实战指导作用的教材。

艾瑞咨询集团 首席运营官
阮京文 (Michael)
2009 年 5 月 13 日



推荐语

虽然中国的互联网人口已经超过美国，但是互联网的产出和效益，以及对国民经济的影响度却远低于美国。我认为，这个主要是全民对网络商业化的认识和应用上存在着差距。欧朝晖的书就是意在传输、教育先进的理念和思维，不仅仅是从技术上，而是从策略上为国内电子商务的发展助推。

新东方教育科技集团董事长 俞敏洪

利用搜索引擎优化的高新技术，优化多语种网站，拓展国际市场，将会为全球化进展起到创新、提速的作用。感谢欧先生为大家提供了一本非常实用的书。

世界华人集团联盟主席 世界经济十大华人杰出投资风云人物 沈田义

盛大文学希望通过搜索引擎实现对版权网站的权利保护。搜索引擎优化(SEO)能将正版网站的价值凸显，打击盗版网站，是解决盗版问题里重要的一环。《SEO智慧》一书讲解了搜索引擎优化的拓展应用，对于帮助优秀网站实现影响力提升、扩大网站渗透力和感召力，具有实际的指导意义，值得一读。

盛大文学有限公司 CEO 侯小强

网络时代创新的搜索营销为企业挖掘潜在用户和培养忠实用户创造了更有效的途径，更加强了企业在日趋激烈的全球化市场中生存和发展的竞争力。本书的确是一本有助于我们中国企业提升自身的在线销售水平、发展电子商务及网络精准营销的教科书和参考书。

中国计算机世界传媒集团计世在线总经理 饶渐平

欧朝晖的书对 SEO 的基础知识、实施手段、商业逻辑做了全面而结构严谨的介绍，避免了简单堆砌一些可信度存疑的“SEO 技巧”。本书的读者将能在坚实的理论框架和实践总结的基础上制定并评估自己的 SEO 策略。“授人以鱼不如授人以渔”，欧朝晖令人信服地做到了这一点，难能可贵。

艺龙旅行网网站及业务发展部副总裁 谢震

电子商务时代，“名牌”的定义和对品牌的理解已经急剧扩散成为在网络上的知名度。不重视在网络上的形象，企业就会丢失高达三亿的网民市场和七千多万网上消费者。这个是信息化时代任何名牌企业都不容忽视的。但是，如果打造一个有高收益、高回报的网站，必须有正确的指导而避免走入误区。《SEO 智慧》是一部帮助企业建立网络策略的绝好读物。

中国名牌专家 中国科技金融促进会风险投资委员会秘书长 万力

搜索时代的每一天，都是从网上搜索开始的。《SEO 智慧》就是要告诉读者如何在互联网上点石成金的智慧。

搜狐总编助理 阳光

搜索营销是互动营销不可或缺的一个环节，在未来包括以手机为终端的互联网时代，搜索营销依然占据相当重要的战略地位。欧先生多年的实战和研究，必将为我们带来全新的视界。

央视网 CCTV.COM 高级营销经理 马云

认识欧朝晖是一种缘分，恰好我在求知若渴，想搞清楚 SEO 是什么的时候，我们成为了志同道合的朋友。在我从事的传统媒体驶向新媒体的工作实践中，搜索引擎的奥妙实在需要我们学习和研究，因为它俨然成为了我们工作的必备技巧。在这样一个非常前沿的领域，欧朝晖的这本著作给了我们非常好的指引，相信各位读者一定会受益匪浅。

江苏广播电视总台（集团）江苏广电网运营总监 张雷

《SEO 智慧》是通往在线分销时代的宝典。它教会我们的不只是知识，它传授了未来 20 年商业经营和销售模式拓展的技巧和秘诀。希望此书给我们在线分销带来的成功喜悦，可以为更多人所分享。

港中旅酒店集团市场部副总经理 朱明亮

科学技术是生产力，网络高科技推动我国经济。搜索引擎优化是我国电子商务和电子政务发展中的软科技，其作用远不止是帮助网站盈利，而是对网络营销的模式进行一次革命。欧朝晖指出这个创新对我国在信息时代走向强国之路具有战略性的作用。我认为他这个论断非常值得我国工商界和政府部门的重视。

全国高技术产业化协作组织战略研究室主任 欧陨

欧朝晖先生的书文本流畅，具有鲜明的时代感和很强的实用性，开启了高等院校企业管理的教学新内容，对于培养适应信息时代的新型管理人才提供了一本绝佳的教材，必将有力地推动相关领域的专业建设和教学改革。

南京航空航天大学人文与社会科学学院副院长、教授 平旭

搜索营销只有与网站运营结合在一起才有实效，才是用到实处。欧朝晖的书是唯一的一本教会人们怎样真正地了解网络营销的真谛，并将搜索引擎优化融入网站运营的好教材。无论是在大网站就职还是自己创业，这本书都为走向成功提供了科学的认识和方法论。

Vancle.com CEO 范占元

欧朝晖四年前就已经将搜索引擎优化与企业网络营销成功紧密结合的观念带进台湾地区，并曾应邀来台将 SEO 的理念和实用意义讲授给台湾地区各大企业及跨国公司的决策者，顺利协助多家企业成功优化并增加营收。在此我代表台湾地区的业界同仁恭贺新书的出版和畅销。

台湾联网国际首席营运官 台北市政府训练中心网络行销顾问 罗经宗

作为他的 NBA 球迷挚友和客户,我切身体验了欧先生采用的搜索营销技术对我们业务的效果。经过他的辅导,我们的官方和电子商务网站真正地做到了他所说的“Search engine friendly”。

美国 Pacific Northern 公司 CEO Eddie Lee

作为世界最大的工程、建筑公司,通过网络开展全球业务必不可少。Terrence 对搜索引擎推广颇具见解,在许多方面使我们感觉耳目一新。

美国 Fluor (福陆) 公司全球网络策略总监 Brad Bevill

这本书对搜索引擎,对现代营销的影响阐述得很透彻,所倡导的搜索营销概念确实很新颖。这是一位搜索营销赢家送给未来赢家的最好作品。

美国休斯敦《美中信使报》社长、姚明球迷俱乐部主席 谢忠



SEO 智慧

The Search Marketing Wisdom

今年二月，我公务出差台北，茶余饭后在忠孝东路漫步的时候，途经上海书店，发现一本讲述消费者力量的行销学书籍《行销，就是让消费者替你说好话》，立刻被其中对于热迷行销的解说所吸引。所谓热迷，“就是让顾客自动为您宣传！”，笔名伯飞特，林宗伯先生，书的作者，也是台湾地区行销学权威、演讲家，这么形容品牌的力量和消费者在当今市场营销中的超级力量。

热迷，反映到互联网经济中，就是消费者在网络上对某个品牌的推崇，是消费者为品牌代言！为什么如此看重消费者在网上的力量？看看一组数据就不言而喻了：

中国（大陆地区）的网民人口已经达到 2.9 亿；

台湾地区近七成人口是网民，三分之二使用宽带；

中国（大陆地区）的网购人群已经达到 7,400 万。

所以，如果一个企业说，我们要开拓网络市场，我们要做电子商务，那么能否最大限度地掳取网上消费者的芳心基本上就是做互联网推广的全部任务。伯飞特在书中指出行销的关键点，不论是策略师还是企业家，各有一套成功理论，但是最终的目的无非是：不断地吸引顾客上门，并忠诚地持续买你的货品，还向他人推荐你的好。网络营销的关键点，同样不论采用何种推广手段，最终的目的无非是：访客不断地来到网站，留下他们的需求信息，购买喜欢的货品，还向他人

推荐你的好。

吸引访客来到你的网站是一件容易但也是一件不容易的事情。如果你有大把的现钞可以烧，这个问题就异常简单。可是，如果手头紧，或者你认为没有目的地投放广告不是一个英明的举动的话，就要好好研究有什么捷径了。

依旧是用事实说话。权威报告发现，中国网民已经离不开搜索引擎，比如百度。搜索引擎已经成为他们获取信息的首要途径。所以，如果能通过搜索引擎把你的网站信息通知给潜在的消费者，可以想象这是多么有效的营销方式。

搜索引擎广告和搜索引擎优化都是因这个营销方式而生的，其中搜索广告，或者叫竞价广告是大多数人知晓的一个最佳广告方式。这种广告方式讲求精准投放，目的是吸引有消费意向的搜索引擎用户来对一个网站在搜索引擎上的广告产生共鸣，进而吸引点击和访问。搜索引擎优化则是基于对搜索关键词的了解，通过改善网站的内外结构，把网站变得更加适应搜索引擎的检索规律，期待搜索引擎优选推荐这个网站给搜索某一关键词的搜索引擎用户。

本书就是为了帮助朋友知道搜索营销之妙处，着重讲解搜索引擎优化的思维、技术和实践。同时，书中也介绍了搜索广告的策划方法和原则，因为搜索广告和搜索引擎优化是一对互补的提升网站表现的营销手段。尊重消费者的权威，投其所好，是搜索引擎的主轴，无论我们怎么借助它们来推广我们的网站。

在搜索引擎和 SEO 的故乡美国，搜索营销这个最前瞻的产业正在协助众多美国企业节省广告的成本，优化网络营销的策略，度过当前的金融危机和经济衰退。但是，美国书市上真正专业论述搜索引擎优化的书却不多。美国两大主流书店 Barnes & Noble 和 Borders 上架的 SEO 书不过两三本，而且内容比较肤浅或者同样偏重程序设计。为什么呢？因为 SEO 的成功在相当大的程度上是基于对整个营销战略的心领神会，要写出一本既实用又有理论高度的 SEO 书的确不容易。如何来设计、操作、评估搜索营销，特别是搜索引擎优化的战役，则需要许多知识和经验作为支持的力量。

我在写本书的前身《解密 SEO：搜索引擎优化与网站成功战略》的时候，主要着墨全面介绍搜索引擎优化技术的应用。这本书畅销台湾海峡两岸。在祖国大

陆,《解密 SEO》重印 3 次;在宝岛台湾,易名为《解密 SEO:如何让网站排名第一》的本书繁体版由李嘉诚旗下的城邦出版公司出版发行,瞬间登上台湾电脑书籍畅销排行榜前 12 名。两岸同样热烈的市场反应,说明了越来越多的个人和商业网站意识到了网络营销成功的真谛在于一个健全的、优化的网站和先进的理念,也只有这样的网站才能在激烈的竞争中生存、发展、领先。

令人由衷高兴的是,不仅从事专业的网络营销技术人员购买了这本书,作为进行 SEO 策略和操作的指导,而且非网站技术出身的企业经理人员、高级管理者和决策者也踊跃购买了此书,他们从意识上一下子就走到了现代网络营销的前列。可以看出,SEO 已经不再是仅仅停留在技能上的理解和掌握,远远不是满足排名这个孤独的需求,而是融合于电子商务整体规划、运营、营销战役中,通盘考虑,从更高的层面来将 SEO 的作用发挥到极致。

鉴于此,《SEO 智慧》这本书就有一个亟需的深化阐述。那就是,SEO 不仅是懂得知识,而是把知识加以活用,学会一种智慧和精神,才能更高更广泛地看待搜索营销的作用,制定出有效的计划,活用 SEO 技术。伯飞特在书中指出,现在人类即将(或已经)进入智慧时代,智慧就是力量。就如未来学大师艾文·托佛勒的三波文明论指出的,“第一波文明为农业文明,第二波文明为工业文明,第三波文明为知识文明”,我们今天的营销行为是面对具有充分智慧的消费者。所以,我们必须有智慧,有发现微小差异的能力,制定出高明的 SEO 和网络营销的策略,去真正地和消费者实现接触和沟通。这就是《SEO 智慧》强调的“智慧”的含义。

本书的最后一章邀请百度公司的专家张涛撰写,凸显搜索引擎推广中竞价排名和搜索引擎优化有相当大的共同基础。从他对商业产品和代理商支持的工作中,张涛通过这个平台接触到最先进的技术和理念,从而有一个比较宽泛的视角观察整个搜索行业的发展趋势,把一些重要的价值观通过此书传递给读者。

本书相伴网站是 WWW.SEOSHU.COM。

阅读《SEO 智慧》,愿你成为搜索营销大师!

欧朝晖

2009 年 3 月于中国北京



本书读者群

《互联网周刊》主编姜奇平在回顾商业互联网在中国十年的发展史的时候指出两个在商业互联网中立足的门道：第一，要有久经考验的互联网商业头脑；第二，要有久经考验的互联网商业逻辑。李彦宏、张朝阳、丁磊、马云、马化腾、陈天桥等的成功，表面上看来是引进、开发和利用互联网的新技术，实际上是他们超人一等的商业智慧和敏锐的商业眼光使他们经受住了考验，终成中国互联网的巨臂。

搜索营销和搜索引擎优化技术，正如本书中阐明的，是集计算机科学、营销学、心理学、传播学等多科系综合而成的一门实用科学和行为。熟练掌握这门科学，明白它的战略和战术，大都需要“久经考验”。如何在最短的时间内掌握这项技术，一本由经历过长期实践的人写出的心得是最真实、最直接、最实用的帮手。本书的目的就是为中国各个互联网营销领域的人士奉献的一顿“营养饭菜”。

像李彦宏、马云等这样的巨星人物毕竟少，成为他们那样的人也毕竟还要机遇。不过他们给了千千万万更多的一样在为中国互联网做出贡献的人一个重要的启示——那就是技术唯有结合市场，市场唯有结合技术方能打出一片天地。这本书就是为这些平凡的人而写的。我们周围就有许许多多这样的人。

在中国有那么一批国内大型互联网的骨干，有的从事技术开发，有的为网站的推广出谋划策。这群人还包括网站架构师、设计师、美术师。他们具备优秀的

技术背景，SEO 涉及网站设计的部分对他们来说是小菜一碟。但是，因为市场理论和实践的软肋，他们对于怎样把战略大局和市场与 SEO 密切结合无清晰思路。

在中国，更有一批依靠中小电子网站而生存的人，他们有的在网上开店，有的在网上聚集人气。这群人是中国电子商务发展中最活跃的分子。无论是靠融资还是一己之力经营网站，他们最关心的是如何减少成本，获得盈利。

在中国也有那么一批在传统企业负责市场开拓的人，有的具备丰富的媒体营销经验，有的在紧张注视着竞争对手在新媒体上的动作。这群人从百度竞价广告开始明白了搜索营销的高效率和转换率。他们也在试图发现怎样能够在广告之外有更好的推广方式。

在中国还有许多企业的老总，有的不属于互联网一代，有的是依靠互联网走到了今天。这群人中的许多年长的创业者耳闻目睹网络营销的点点滴滴和成功案例，也试图依靠网络营销提升企业效益。享尽互联网好处的老总面对后起之秀的竞争，也在探索新的营销模式。

在中国也有许多政府网站的公务员，有的在为政务网站重新规划，有的在向领导力荐网络新技术。这群人明白中国大量的政务网站千篇一律，不能很好体现“以人为本”的施政原则，也影响政府与大众互动的效率。他们在做好本职工作的同时，积极为政府主管建议更加亲民的服务方式，为大众提供方便。

在中国还有大批出口企业的老板，有的面对金融危机一筹莫展，有的在从网站推广中安然度过艰难岁月。这群人一天一地的感觉使他们痛下决心寻求网络营销的新路来闯过危机，将产品渗透到世界各个角落。

在中国也有许多还在大学深造的菁菁学子，有的在商学院攻读 MBA，有的在学习 IT 新技术。这群人是未来的企业家、工程师，他们不希望自己的知识赶不上科技和商业的发展。搜索营销是他们在未来挑起大梁，在职场竞争中显示价值的利器。

在中国也有一批从事企业品牌、市场咨询的品牌师。这群人掌握中国市场营销的脉搏，在传统媒体领域给予企业可贵的建议。他们知道新媒体和搜索引擎的

影响力，正尝试在新的领域服务他们的客户。

在中国还有一批从事教育的人，有的是高校学科带头人，有的是挖掘新领域的职业教育者。这群人敏锐地感受到搜索引擎营销是经济管理、企业管理中不可或缺的新元素，正力图把这个新元素添加在传统经管、企管课程中。

在宝岛台湾，也有许多著名的世界 500 强企业和台湾名企的战略策划及行销的企管人员在积极寻求在宝岛内外进行市场推广的新思路、新途径。被称为“搜索引擎最佳化”的 SEO 技术被他们认为是市场突破的最佳办法。

这本书的前身《解密 SEO：搜索引擎优化与网站成功战略》被一些读友誉为“红宝书”，最主要的原因不是书里介绍了怎样去写 HTML、Title Tags、做链接，而是把观察、研究 SEO 的视野提高到了营销的战略角度。本书的出版不仅仅在这方面有所加强，而且从理论、品牌、技术、市场、经营五个方面综合论述搜索营销和搜索引擎优化的意义、策划和实施——如何下好一盘搜索营销的棋。这些添加不仅仅是内容上的扩充，更是传播网络营销应该怎样去想、怎样去规划。这样的宏观优化学是大多数读友亟需补上的，方能运筹帷幄。

衷心希望读友受益丰厚！



感 谢

吃水不忘挖井人。在本书和本书前身《解密 SEO》的写作中得到了朋友、父母、客户、合作伙伴、媒体和海内外所有读友的信任 and 巨大支持。这使我对于自己在中国搜索营销发展中应尽的使命有了更加深刻的认识，著书成为了完成这个使命的最好方式之一。

《解密 SEO》自出版并反复重印后，在海峡两岸都引起了强烈的反应和共鸣。之所以一本专著能够如此受到欢迎，根源在于书的质量赢得了读友的认可。新书《SEO 智慧》的写作和出版，获得了许多同行、媒体和关心 SEO 的各个行业的朋友的支持，借此机会特别感谢在以下企事业单位、机构工作的朋友：

百度、谷歌、搜狐、新浪、浙江盘石、CSDN.Net、中华网、江苏广电网、盛大集团、苏宁电器、中国计算机世界、中央电视台及央视网、九城集团、海南航空、新东方教育、宝洁、百丽鞋业、中国万网、艺龙旅行网、港中旅、交通银行、易森企划、艾瑞市场咨询、厦门新视网、中国太和旅行社、ECVV、播播视频导购网、世服宏图 ServeCorp (北京)、奥美广告 (北京、台北)、电众数码、时义浩维、瑞尔特房地产顾问、中共中央编办、国家发改委、全国政协、全国高技术产业化协作组织、科技部火炬中心、清华大学、北京大学、南京航空航天大学、上海外国语大学、华东师范大学出版社、人民日报、广西壮族自治区人民政府、上海电视台第一财经脱口秀《谁来一起午餐》、上海东方广播电台《阿健访客》、