

大道至简的**SEO**思想  
高效卓著的**SEO**技巧  
网络营销人员的掌中宝



# SEO



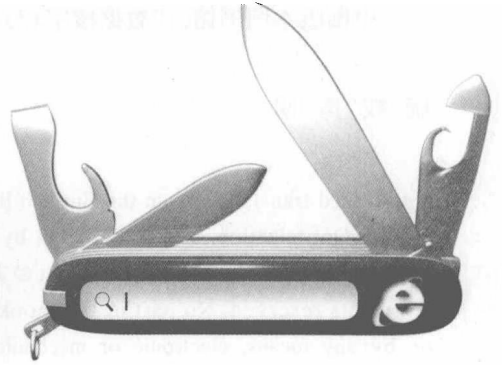
## 必知必会

# 51 技

THE TRUTH ABOUT  
SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

[美] Rebecca Lieb 著  
韩国峰 译

# SEO



# 必知必会 51 技

THE TRUTH ABOUT  
SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

[美] Rebecca Lieb 著  
韩国峰 译

人民邮电出版社  
北京

## 图书在版编目 (C I P) 数据

SEO必知必会51技 / (美) 利布 (Lieb, R.) 著 ; 韩国峰译. -- 北京 : 人民邮电出版社, 2010. 6  
ISBN 978-7-115-22133-9

I. ①S… II. ①利… ②韩… III. ①互联网络—情报检索 IV. ①G354. 4②TP393. 4

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第030019号

## 版 权 声 明

Authorized translation from the English language edition, entitled *The Truth About Search Engine Optimization*, 9780789738318 by Rebecca Lieb, published by Pearson Education, Inc. publishing as FT Press, Copyright © 2009 Pearson Education, Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc. CHINESE SIMPLIFIED language edition published by POSTS AND TELECOMMUNICATIONS PRESS, Copyright © 2010.

## SEO 必知必会 51 技

- 
- ◆ 著 [美] Rebecca Lieb
  - 译 韩国峰
  - 责任编辑 刘映欣
  - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号  
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn  
网址 <http://www.ptpress.com.cn>  
北京铭成印刷有限公司印刷
  - ◆ 开本: 700×1000 1/16  
印张: 13.75  
字数: 214 千字 2010 年 6 月第 1 版  
印数: 1-4 000 册 2010 年 6 月北京第 1 次印刷

著作权合同登记号 图字: 01-2009-2881 号

ISBN 978-7-115-22133-9

定价: 29.00 元

读者服务热线: (010) 67132705 印装质量热线: (010) 67129223  
反盗版热线: (010) 67171154

## 内 容 提 要

与市面上多数搜索引擎优化书籍都以技术为出发点所不同，本书作者以营销战略的视点出发，字字珠玑地论述了关于搜索引擎优化的 51 条技巧。这些技巧都是经过成熟实践，获益颇丰的观点和理论，它们易于实现并且可以让你取得意想不到的收获。

全书共分为 10 个部分，涵盖了从搜索引擎的深刻理解、内容优化、链接策略、站点代码优化、站点排名、搜索引擎优化管理等内容。另外非常值得说明的是，本书贴近最新的互联网趋势，将社会化网络元素融入搜索引擎优化当中，使你能够与时俱进。

本书不仅适合从事搜索引擎优化工作的技术人员、市场营销人员阅读，同时也非常适合企业的高层管理人员了解搜索引擎优化这一营销战略的各个方面。

## 赞誉之声

听着 Rebecca Lieb 所讲述的故事，你会觉得搜索引擎优化（SEO）是那么有趣。她特别的语言将诸如关键词研究、链接策略、搜索引擎声誉这样沉重的技术性词汇解释得如此轻灵。Lieb 使得人们迈入搜索引擎的大门，但是不仅如此，即使是那些有多年经验的搜索引擎优化从业人员也在她的讲述中会发现值得探索的新内容。她凭借自己多年娴熟的市场经验，深入浅出地介绍了如何建立并且维护一个重要的用于网站的搜索引擎。

**Dana Todd**

Newsforce 首席营销官，SEMPO 联合创始人及主席

Rebecca Lieb 使枯燥无味的 SEO 技术变得有趣并且易于理解，她的书翔实介绍了如何建立与搜索引擎以及用户相关联的网站，了解这一点，你将拥有可以尽可能提高你站点排名的一切知识。

**Sarah Fay**

Aegis Media North America 行政总裁

在本书中，Rebecca Lieb 将其关于 SEO 理论中，真理和荒谬研究的多年经验融入其中，如果你需要网络营销，那么我强烈向你推荐本书。

**Bryan Eisenberg**

《Waiting For Your Cat to Bark》、《Call to Action》、《Always Be Testing》等畅销书的作者

一位经验丰富的作者为你揭开 SEO 的神秘面纱，还有什么比这更好的？Rebecca Lieb 用她多年作为记者、编辑所练就的生动语言向你介绍你的网站在搜索引擎中排名更好的真相。

凭借她担任 ClickZ 编辑和她作为搜索引擎领军人物的人际网络经验，Lieb 为你娓娓道来 SEO 的各个方面：本地化到全球化，内部维护到外包，元标签到用户创造内容，哪些对于 SEO 是有用的，哪些是完全没有用的。

如果你发现你对 SEO 懵懵懂懂，那么这本书就是在战略和战术上都非常适合你的一本书，同时，对非技术狂热者来说，本书的技术知识也是够

使用了。

实际上，这本书告诉了你所有的 SEO 术语——从链接到垂直搜索，再到 nofollow 标签。

**Anne Kennedy**

Beyaon Ink 公司合伙人，搜索引擎战略顾问委员会成员

Rebecca 的书对于任何想了解我们如何在互联网上找到信息的人都是字字珠玑。一旦你了解了这些知识并深入探索，你就可以提高你的网站在搜索引擎中的定位，并且获得通过搜索引擎展示网站的机会。

**Kevin M. Ryan**

动力营销公司 SEO 战略咨询主席

搜索营销行业的巨大发展引人注目。那些总是在反复思考他们听来的旧东西的人，说实话，还没有了解到此间真谛。在过去 5 年多的时间里，我在世界各地的会议中经常碰到资深营销者 Rebecca Lieb，每当我们在一起时，总是在谈论搜索引擎营销——搜索引擎营销的真谛。

她是真的了解了真理的人。

所以，我的建议是，如果你打算购买搜索引擎营销方面的书，在购买前请确保该书作者真正了解此间真谛。

Lieb 知道什么是真理，什么不是。

**Mike Grehan**

Acronym Media 公司全球 KDM ( Keyword Driven Marketing, 关键词驱动营销 ) 官

搜索引擎优化可能很难理解，但是 Rebecca Lieb 深入浅出地讲解了其各个方面，并且让你理解搜索引擎优化的理念。这本书非常适合那些希望学习和了解搜索引擎优化理念的人。

**Ben Lloyd**

Amplify Interactive 和 SEMpdx 公司总裁

如何规划、构建和实施搜索引擎优化策略？请逐条阅读 Rebecca Lieb 提出的技巧，并改变你以往的思维方式。从在线声誉管理到诸如 Flash、Ajax、元标签的发展、链接的建立、利润和收入的长尾策略等

新技术来了解 SEO。这本书传达了 2009 年最新的公共关系理念。

**Jon Rognerud**

《The Ultimate Guide to Search Engine Optimization》作者

对于像搜索引擎优化这样多样化和善变的行业,了解什么是应该做的,什么是应该避免的,是非常重要的事。但幸运的是,我们有这本《SEO 必知必会 51 技》。在本书中,Rebecca Lieb 详细讲述了搜索引擎优化和网络营销,同时揭露了行业中的真相和错误观点。对于所有网络营销人员来说,这本书都是必读的。

**Karl Ribas**

All Web Promotion, Inc. 搜索营销副总裁

Rebecca Lieb 的书以富有开创性的详尽研究和案例说明,涵盖了你应该知道的有关搜索引擎优化的所有事情。本书为你提供了关于搜索引擎优化的上百个建议和提示,让你最大限度地提升你的搜索引擎排名和转化率。这是一本所有想让其网站成功的人都必须阅读的书。无论是初学者还是有经验的从业者都将从此书中受益。

**Nadir Garouche**

Gameloft 公司 SEO 经理, SEO Principle 公司编辑

# 序

Rebecca Lieb 是一位资深营销专家。我与 Rebecca 初次相识时，她正在作为 ClickZ 的主编撰写搜索、互动营销和广告方面的作品。我早在 1996 年创建的搜索引擎营销公司 iProspect（在 2004 年出售给了英国广告公司 Isobar）的公关人员和编辑都在努力尝试赢得她的青睐，从而可以使她为我们撰写新闻。有幸通过某些机会接受她的采访后，我经常迫不及待地询问她那些采访稿何时才能面世。

Rebecca 带来了她长期以来对于数字营销和搜索营销的深入观点。同时，我感觉她对于这个行业的发展有着自己非常独特的看法。

当她告诉我，她将写一本关于 SEO 的书，我听到后感到非常兴奋。书籍是人类进步的阶梯，我相信这本书将会大大提高 SEO 在营销中的重要性。目前，虽然已经有非常多的关于 SEO 的书籍，但是大部分都局限在技术方面，更多篇章花费在 HTML 代码或是建立链接上面。虽然 Rebecca 的这本书肯定也包含 SEO 策略，但是，里面的内容可以立即付诸实践，以帮助网站获得较高的排名。同时，由于她在市场营销方面有着非常独特的见解，这本书会有非常多的篇章讲述从市场营销的角度做 SEO 的优化，因此，这本书的读者将不单单局限在网站管理员，同样也适用于那些企业高层管理人员和营销人员。

本书的读者将不单单局限在网站管理员，同样也适用于那些企业高层管理人员和营销人员。

凭借着深入的营销经验和独特的视角，Rebecca 可以讲解涉及她所掌握的每一个主题。想想看，在过去数年中，她涉猎了所有主流搜索引擎的各个方面。她常常获知内幕信息，并事先注意到有关的最重要的产业发展。Rebecca 目睹了 Web 和 Google 的成长，目睹了 MSN 业务和 Yahoo! 市场份额的下降，同时还关注着在我们行业中的重要发展。

她几乎参加了每一个行业会议，并且长期关注着基于数字技术的数字营销对于传统广告的革命。Rebecca 非凡的智慧让我们这些以搜索为工作



的人们认为，这本书是对搜索引擎优化行业的重大促进。

多年来，搜索引擎优化被人们误认为是丑陋的数字营销方式——对于高级营销人员来说过于复杂和技术化。很多时候，它竟然成为 IT 专家们对于元标签的争论点。按点击付费（PPC）的搜索引擎广告看起来比 SEO 更好，从而近年来成为主流品牌首选的数字营销领域方式。

搜索引擎优化是网络营销的基石。

但是搜索引擎优化是网络营销的基石。这不仅是搜索营销的基础，我要告诉你，这是所有营销的基础。这正是因为在我们的世界中，Google 成为了搜索行业的旗舰，而 Google 教会人们热爱搜索。

当人们在电视上看到广告时，他们想了解更多信息，怎么办呢？他们上网搜索。当自然灾害发生时，怎么办呢？他们上网搜索。当人们对生活、科技、商业、教育、旅行、健康有疑问时，怎么办呢？他们搜索。搜索行为正在成为人类的一个根深蒂固并得到广泛采纳的行为，我们甚至不再思考，我们通过搜索了解一切。

在搜索引擎营销进入我们生活的 12 年中，我们发现了这样一个真理，所有的媒体、所有的营销、所有的社区都有一个共同点：它促使人们进行搜索。根据 Jupiter 研究机构最近的一项调研表明，在线下接受了信息从而上网搜索的人中，有 40% 发生了购买行为。

而当人们在搜索框中键入关键词并点击搜索按钮后，只有两种结果可能发生。

1. 他们会找到你。
2. 他们会找到你的竞争对手。

根据 HitWise 的数据，Google 在全美占有 70% 的搜索市场份额。而在整个西欧国家，这个比例为 91%——91% 的市场份额！

但是 Google 的一个不太好的小秘密是，有超过 72% 的人们在搜索后会点击自然搜索结果，而不是付费广告链接。仅仅出于这个原因，搜索引擎优化必须是你的搜索营销的基础。如果你了解到如何控制你的网站，使其出现在搜索结果的顶端，或者靠近顶端，那么你每一天都会从 Google 收获

大量的流量，而这一切都是免费的，丝毫不增加你的成本。

而按点击付费的搜索引擎广告也有其一定的地位。它更加直接和迅速，同时，你可以控制你广告出现的位置以及使得广告被展示的触发关键词，这些都是 SEO 所不能达到的。但是这样的广告也有其显著的局限性，即每次点击都有成本。没有哪个营销者可以买得起他们所有垂直关键词的点击付费计划。Google 会控制你的广告的显示与否，来确保你不会超过你每天的预算。这意味着，在搜索多个关键词时，有成百上千的搜索者都不会看到你的广告，也不会知道你的存在，除非你的网站在自然搜索结果中同样可以被看到。

而搜索引擎优化可以保证，一旦你针对某些关键词获得了靠前的排名，那么所有的搜索者，无论何时都会看到你的内容。

这样，通过增加搜索引擎的排名，你几乎不会支付额外的任何费用。然而按点击付费广告却让你的网站在保持可见性的同时，耗费了昂贵的预算。如果没钱了，那么你立即就消失殆尽。

实施搜索营销战略不意味着你首先要进行搜索引擎优化，来使搜索引擎的点击量增多，这就像你将你的汽车灌满了汽油却忘记添加机油。它可以开起来，但不会开得太远。

最近，搜索引擎再次发生了引人注目的变化。当 Google 宣布了其通用搜索后，SEO 就变得更加有趣和有价值了。搜索结果不再是简单的 10 个蓝色的链接，而是突然变得丰富多彩：有图片，有来自 YouTube 的视频，有新闻的照片稿，这都集成到了搜索结果中。在今天，仅仅优化 HTML 不再能保证你的网站在搜索引擎中名列前茅。在今天，搜索引擎优化更包括了优化包含你企业产品介绍的不同类型的媒体，例如视频、PDF 文档和照片等。这甚至涉及了针对不同类型论坛、社会化媒体和垂直搜索引擎的优化。如果你希望保证你的网站在搜索引擎的第一页始终被找到，那么 SEO 甚至还需要保证针对搜索引擎的各个标签页（意指 Google 等搜索引擎针对不同类型的搜索，如图片、视频、新闻等——译者注）进行优化。

而在今天的大众市场中，诸如 Google、Yahoo! 这样的搜索引擎不再是你唯一的两个目标。YouTube 是一个视频内容的搜索引擎，Amazon.com 是书籍搜索引擎，而 Flickr 是一个照片搜索引擎。

虽然付费搜索广告可以延伸到这些类型的搜索，并确保和你的广告一起显示此内容，而搜索引擎优化策略可以确保你的内容被显示。请记住，搜索引擎始终在聆听你的客户，这些客户在社会化媒体中讨论并链接到不同品牌的行为，会被认为是一种相关算法的信号数据。也正因为如此，社会化媒体营销也成为影响主流搜索引擎排名的重要因素。

在这个人们都在使用关键词搜索，主流搜索引擎在某种程度上都将尽力提供更加特别的内容和寻找更加相关的来源的世界上，SEO 的思想每年都会有巨大的进步。

Fredrick Marchini  
Isobar 公司首席全球搜索官  
iProspect 公司创始人、前任 CEO  
马萨诸塞州 波士顿

# 前 言

搜索引擎优化（SEO）是一门在用户搜索相关内容时，让你的网站在自然搜索结果列表中出现的更为显著的技术和艺术。

换言之，它可以让你的网站脱颖而出。这就好像一个搜索者举起手来并且说道“嘿，这里，我有个问题需要解答，谁能帮助我？”的焦点所在。

通常，这个问题是关于“在哪里可以买到……？”或者“我可以和谁做生意呢？”有效优化过的网站就像是营销中的圣杯，它在恰当的时间将恰当的信息传递给了恰当的人。

那么，谁是提出问题的人？事实上，是每个人。在发达国家，几乎每个人都不可避免地在使用互联网，并且在搜索。搜索早已成为第二大网络活动（仅次于电子邮件）。搜索已经从仅提供既定的问题发展到了尝试寻找疑问的答案。今天，搜索是大多数人浏览网站的索引。那些主流搜索引擎都非常易用和迅速，使得搜索几乎已经替换了我们的收藏夹。近年来，我们甚至看到搜索工具条往往都在最贴近主流浏览器地址栏的地方。

即使是最随意的搜索者也发现，搜索是在变化的。它变得更加深入、特别和个性化。现在，搜索可以搜索到（也是网站主应该优化其网站的方向）购物、博客、视频、图片、本地信息、书籍以及音频文件。从三巨头（Google、Yahoo!和 MSN）到最特别的垂直搜索，几乎没有什么东西不能在网上搜索到（也几乎没有什么不能优化）。

如果营销者没有将搜索引擎作为自己经营战略的一部分，三巨头很难发展到今天这么大。像 Google 这样有 10 周年历史的公司从默默无闻激增到一个价值数十亿的公司，这是与对营销人员的信任，继而在搜索引擎投放广告是有巨大关系的。这也是为什么在 2007 年，付费搜索广告在互动营销领域投入总值的 170 亿美元中占据了 41% 的原因。搜索是互联网市场中增长最快的，反过来看，也是媒体领域的历史中增长最快的。

本书的目的是向你介绍搜索引擎的基本原理、战略和行之有效的战术。这本书对如何让你的网站在合适的时间被合适的人找到作了介绍。

这不是一本写给极客 (Geeks) 的书。这本书不能够教给你如何编写程序代码。但是, 无论你是一个小站长还是一个想在搜索引擎优化方面有所创新的市场经理, 通过本书都可以学到让你拥抱搜索引擎所有东西的战略、战术和最佳实践。

如果你有一个在线商务的网站, 但是并没有被主流搜索引擎找到, 这就像没有在黄页电话本中列出一样, 甚至可能更糟糕。

你怎么能够错过潜在客户找到你的机会呢? 同时, 你怎么确保他们使用了正确的搜索词找到你呢? 关键词“钢箍”可能是指医疗器械, 也可能是工业零件。一个正确执行的搜索引擎优化策略可以帮助你促进内容相关的搜索查询。我们的目标毕竟不只是吸引流量, 而是吸引优质的流量到网站上。网站拥有者和搜索者都会从你坚实的搜索引擎优化策略中受益。

最后, 作一点说明。虽然这本书涉及了无论大小, 几乎所有搜索引擎的优化(可能有些你根本没有听说过), 但是你会发现有充足的理由来重点针对 Google 进行优化。截至 2008 年 5 月, 在美国, 使用 Google 搜索的人数占到了难以置信的 71.5% (来源: 竞争)。而第二名 Yahoo! 远远落后, 占据了 13.3% 的比例, 剩下的 15% 被 MSN、Ask.com、AOL 以及其他网站所占有。如果在本书中的实践策略在符合 Google 的同时也符合其他所有搜索引擎, 那么因为它就是那样。Google 好比 500 磅的大猩猩, 它是搜索业界的哥斯拉。我曾经试着不要在本书中如此赞誉 Google, 但是事实上, 在如今的市场环境以及在可预见的未来, Google 的地位是毫无疑问的。

Rebecca Lieb

纽约

## 关于作者

Rebecca Lieb 是数字内容和搜索引擎优化顾问、作家以及编辑。在将近 8 年的时间里，她担任 ClickZ Network 的副总裁和主编，该网站是世界上最大的互动营销和广告的新闻、观点、社区和资源网站。她曾经在包括环球电视网络集团、贝塔斯曼德国网络、RTL 电视台等多家跨国传媒公司担任营销执行、公共关系和电子服务顾问职位。作为一名记者，Rebecca 在包括纽约时报、华尔街日报等媒体上撰写了众多文章，并且担任了位于柏林的 Variety 德国/东欧分社社长职位长达 5 年之久。最近，她担任了纽约大学出版中心的研究生导师，同时也在为电子出版咨询集团服务。她的研究领域是互动营销、广告和全球搜索。

## 致谢

在过去的 10 年中，我一直有幸于同那些最聪明、最优秀、最前卫、最慷慨的同事们一起工作，我从他们身上学到了许多东西。这本书要感谢 Danny、Mike、Frederick、all the Kevins、Dana、Anne、Amanda、Rand、Matt、Li、Lee、Chris、Frank、Christine、Shari、Brian、Bryan、Chris、Jeffrey、Mauro、Maurizio、Andrew、Elisabeth、Heather、Detlev、Barbara、Jennifer、Jenn、Jessie、Jill、Misty、Vanessa、Sara、David、Mona，以及我的朋友们。

这里，我要特别感谢我的父亲 Warren Lieb，是他教会了我对不断钻研、学习和分享的热爱。

# 目 录

## 第 1 部分 搜索引擎的基本知识

第 1 技	获得蜘蛛、机器人和爬虫的关注	1
第 2 技	学会与 Google 共舞	5
第 3 技	流量? 不, 是有价值的流量	9
第 4 技	网上有你的口碑	13

## 第 2 部分 让站点脱颖而出

第 5 技	SEO 是一个持续性工程, 千万别做完了就扔在那	17
第 6 技	SEO 不是马后炮	21
第 7 技	SEO 效果不是马上生效, 也不是持久不变	25
第 8 技	你不再有主页	29
第 9 技	就算不是出版商, 你也要像他们一样思考	33
第 10 技	网站和网页设计盘点	37
第 11 技	为用户撰写内容, 搜索引擎随之而至	41
第 12 技	关键字才是关键	45
第 13 技	使用关键字分析和研究工具	49
第 14 技	网站统计也会带来坏消息	53
第 15 技	对新技术要三思而后行	57
第 16 技	内容管理系统的问题多多	61

## 第 3 部分 这就是奇妙的标签

第 17 技	标题中有什么? 所有	65
第 18 技	元标签的相对重要性	69
第 19 技	图像、音频、视频和其他媒体的标签问题	73

## 第 4 部分 关于链接

第 20 技	相同的链接在搜索引擎面前会出现不同的结果	77
第 21 技	通过目录网站建立链接	81

第 22 技	将 SEO 公共关系作为链接策略 .....	85
第 23 技	付费链接 .....	89
第 24 技	交换链接 .....	93
第 25 技	广告也是链接 .....	97
第 26 技	让您的网站择邻而居 .....	101
第 27 技	博客是巧妙的链接策略 .....	105
第 28 技	关于 nofollow .....	109

### 第 5 部分 那些也是搜索引擎吗

第 29 技	搜索正在垂直化 .....	113
第 30 技	本地搜索 .....	117
第 31 技	目录网站提交 .....	121
第 32 技	站外搜索引擎优化 .....	125
第 33 技	通用搜索和个性化搜索 .....	129

### 第 6 部分 你生活在社会化网络中

第 34 技	为搜索引擎优化建立博客 .....	133
第 35 技	使用 RSS feeds 来提升搜索引擎优化工作效果 .....	137
第 36 技	让用户为你创建内容 .....	141
第 37 技	为图像、视频、链接和其他媒体打上标签 .....	145

### 第 7 部分 搜索排名

第 38 技	排名第一的悄然改变 .....	149
第 39 技	PageRank 不是关系网站生死存亡的关键因素 .....	153
第 40 技	摇摆的长尾 .....	157

### 第 8 部分 关于 SEO 管理

第 41 技	内部维护还是外包 .....	161
第 42 技	雇用一名优秀的搜索专家 .....	165
第 43 技	优秀的 SEO 应该注重细节的东西 .....	169



## 第 9 部分 不作恶

- 第 44 技 小心黑帽搜索引擎优化 .....173
- 第 45 技 搜索引擎对关键词堆砌和垃圾广告不“感冒” .....177
- 第 46 技 不要建立链接工厂 .....181
- 第 47 技 想取消屏蔽是很难的 .....185
- 第 48 技 换到新域名将面临一定的压力 .....189

## 第 10 部分 除此以外

- 第 49 技 全球搜索引擎优化 .....193
- 第 50 技 移动 SEO 比以往更重要 .....197
- 第 51 技 有时候你并不希望被找到 .....201