



我们无法选择过去，那么就奋力掌握未来吧

SEO 兵书

搜索引擎优化手册

知识的聚宝盆，奋斗者的踏脚板

GO

高峰 等编著

互联网淘金必要指南

SEO兵书

搜索引擎优化手册

高峰 等编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

本书是作者从事搜索引擎优化多年以来的经验总结，书中深度剖析了搜索引擎优化的每个细节，包括关键字策略、URL 优化、代码优化、网页结构、网站结构及链接策略等。此外，书中不但讲解了 SEO 策略，而且还将搜索引擎优化操作落实到网络创业（淘宝客营销）与营利之上，帮助读者尤其是“草根”站长利用所掌握的搜索引擎优化技术在互联网上淘得第一桶金。

本书适合 SEO 初学者及具备一定经验的读者，对于进行网站运营、网站策划、网站推广、网站设计、程序开发的人员更是必备的手册。此外，还适合用做大专院校电子商务专业、计算机应用专业的教材。

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 兵书：搜索引擎优化手册 / 高峰等编著. —北京：电子工业出版社，2012.4

ISBN 978-7-121-15819-3

I. ①S… II. ①高… III. ①互联网络—情报检索IV. ①G354.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2012）第 016537 号

策划编辑：胡辛征

责任编辑：付 睿

特约编辑：赵树刚

印 刷：三河市鑫金马印装有限公司

装 订：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：787×1092 1/16 印张：21.75 字数：557 千字

印 次：2012 年 4 月第 1 次印刷

印 数：5000 册 定价：48.00 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，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

前言

搜索引擎优化（SEO）不是突然出现的一项技术，而是和搜索引擎同步发展起来的。在互联网发展的初期，网站相对较少，信息查找比较容易。然而伴随互联网的快速发展，网民寻找自己想要的信息如同大海捞针一般困难，搜索引擎的出现为广大网民解决了这个难题。随着搜索引擎的逐步发展，企业也越来越重视在搜索引擎上的宣传，都想在搜索引擎上获得好的排名，SEO 的出现让一部分聪明的企业尝到了甜头。搜索引擎和 SEO 虽然不能说是“矛和盾”的关系，但是可以肯定的是，因为有了 SEO，搜索引擎技术才变得更加完善。

在国外，SEO 行业比较火爆，近几年来国内的 SEO 也有了很大的发展，现在大多数企业都有网站，都想在行业里自然展示排名靠前。加上近几年来电子商务迅速发展，商家对搜索引擎的依赖性也逐渐增大，SEO 行业受到了众多商家的喜爱。现在，国内的 SEO 行业正在逐渐走向规范化，专业的 SEO 团队和 SEO 公司将登上大舞台，专敲搜索引擎后门的公司将逐渐淡出人们的视野，结果是强者越强，弱者越弱。

在未来几年里，一个企业想要有更高层次的发展，设立自己的网络部门，成立专门的 SEO 团队是必然趋势。

现在正处于搜索引擎高速发展时期，这对 SEO 人员的综合素质提出了更高的要求。要预测搜索引擎未来的算法如何改变是很难的，但是综观过去和现在，我们也许能悟出一些道理来。现将笔者近些年来研究 SEO 的想法及案例与读者们分享，希望能够帮助读者，尤其是年轻的读者学会 SEO 的技术和方法，而且还要学会一种互联网创业的思想。只要具备了这种思想，成功将不再遥远。

目前市面上的 SEO 书籍只是对 SEO 做了简单的讲解，一些读者看完后仍不知道学会这项技术后可以做什么，不能独立地承接业务或者优化自己的网站来创业。本书弥补了这个缺憾，不仅深度剖析了搜索引擎优化的每个细节，如关键字策略、URL 优化、代码优化、网页结构、网站结构及链接策略等，而且编写了 SEO 合同的样本供读者参考，同时也详细讲解了利用淘宝客营销来自主创业，以帮助创业人士在最短的时间内赚取第一桶金。



参与本书编写的人员有张淇、刘英姿、郭可梅、孙晓庆、殷婧、张岩、王金荣、鄯普伟、李伟、李光敏、贾宏辉、吕健、马霖、马嫒。

在本书写作过程中，身边的朋友们给了我莫大的鼓励与支持，让我有信心完成写作，在此对他们表示衷心的感谢。

由于时间仓促，书中难免存在疏漏和不足，敬请指正。

编 者

目 录

第 1 篇	SEO 基础入门	1
第 1 章	SEO 概述	2
1.1	伟大的 SEO	3
1.1.1	国内经典成功案例：青岛华凯塑胶有限公司	3
1.1.2	国外经典成功案例：Eagle Casual Wear	4
1.1.3	个人经典成功案例：韩版女装商城	7
1.2	SEO 介绍	8
1.2.1	为什么要做 SEO	8
1.2.2	哪些公司需要做 SEO	9
1.2.3	搜索引擎原理	9
1.2.4	SEO 必备基础知识	12
1.2.5	SEO 人员应该具备的素质	14
1.2.6	SEO 常用术语	15
1.3	优化过的网站与普通网站的区别	17
1.4	SEO 与 SEM 的区别	18
1.5	SEO 8 个不应该	18
1.6	学习 SEO 对我们有什么好处	19
1.7	SEO 发展的历史	20
第 2 章	域名和主机对 SEO 的影响	22
2.1	域名对 SEO 的影响	23
2.1.1	域名的种类	23
2.1.2	域名与网站名称	23
2.1.3	域名中含有的关键词	26
2.1.4	常见的域名后缀	27



2.1.5 域名交易	27
2.1.6 域名解析	29
2.1.7 过期域名	31
2.1.8 二级域名	32
2.1.9 域名备案	33
2.2 虚拟主机	35
2.2.1 使用虚拟主机的优点	36
2.2.2 使用虚拟主机的缺点	37
2.2.3 虚拟主机选择的五大要素	37
2.3 VPS	38
2.3.1 使用 VPS 在 SEO 过程中的优点	39
2.3.2 使用 VPS 在 SEO 过程中的缺点	39
2.4 服务器托管	39
2.5 国外主机	40
2.5.1 建议国际贸易公司选择国外空间	40
2.5.2 基础工作全部做完以后再将主机转移至国外	41
第 3 章 关键词研究与分析	42
3.1 关键词选择策略	43
3.2 选择关键词也要从商业的角度出发	43
3.2.1 要充分了解自己销售的产品	44
3.2.2 要正确地分析出目标客户需要什么	44
3.2.3 准确找出自己的竞争对手, 吸取他们的精华	45
3.2.4 如何战胜对手	46
3.3 寻找关键词	46
3.3.1 选择关键词的六大技巧	47
3.3.2 关键词选择中的常见错误	49
3.3.3 寻找关键词最快、最省力的方法——向竞争对手看齐	52
3.3.4 给相关关键词做标记	53
3.3.5 长尾分析	53
3.4 计算吸引力	58
3.4.1 关键词流行度	58
3.4.2 关键词竞争度	59
3.4.3 关键词机会指数	60
3.4.4 重新整理原始列表	60
3.5 给关键词分配角色	61

3.5.1	关键词突出度	61
3.5.2	关键词拆分	62
3.5.3	关键词词组、关键词列表的选取	62
3.5.4	核心关键词、高转化率关键词、目标关键词的选定	62
第 4 章	影响 SEO 排名的因素	64
4.1	影响 SEO 排名的内部因素	65
4.1.1	URL 中出现关键词	65
4.1.2	网页 Title 中出现关键词	66
4.1.3	常规内容中出现关键词	68
4.1.4	heading 标签, 比如 h1、h2 中出现关键词	69
4.1.5	网站内部链接	70
4.1.6	导出链接	74
4.1.7	ALT 标签中出现关键词	76
4.1.8	合理的频率更新内容	77
4.2	影响 SEO 排名的外部因素	78
4.2.1	大量的导入链接	78
4.2.2	从高 PR 值的网站获得导入链接	87
4.2.3	从相关内容网站获得导入链接	87
4.2.4	锚文本中有关键词	88
4.2.5	有效地安排反链的锚文本	89
4.2.6	导入链接的时间长度	91
4.2.7	单向链接的价值高于交换链接	91
4.2.8	链接来自不同 IP	91
4.3	网页级别 (PageRank)	92
4.3.1	网页级别描述	92
4.3.2	影响 PR 值的因素	92
第 5 章	对搜索引擎友好的网页设计	95
5.1	关键词在网页中的优化	96
5.2	如何写标题标签	97
5.3	Meta 标签	100
5.4	访问结构	101
5.5	目录和文件名	101
5.6	网站的目录结构最合理优化	102
5.7	动态网页静态化	104
5.8	框架结构	108



5.9	图像优化.....	109
5.10	Flash 优化.....	110
5.11	网页减肥.....	113
5.12	导航优化.....	114
5.13	搜索引擎通道优化.....	117
5.14	内容优化.....	120
第 6 章	SEO 作弊常用手段	127
6.1	页面优化的非法操作.....	128
6.1.1	乔页和跳页	128
6.1.2	关键词叠加	128
6.1.3	隐藏文字和透明文字	129
6.1.4	细微文字	129
6.1.5	障眼法	130
6.1.6	PR 劫持	130
6.1.7	关键词堆积	131
6.1.8	虚假关键词	132
6.2	网站外部推广的非法操作.....	132
6.2.1	重复提交	132
6.2.2	隐藏连接	133
6.2.3	复制站点和镜像站点	133
6.2.4	域名伪装	134
6.2.5	垃圾链接	135
6.2.6	链接养殖场	136
6.3	搜索引擎对作弊的惩罚	136
6.4	挽救被搜索引擎除名的网站	139
6.4.1	网站健康检查	139
6.4.2	怎样挽救被惩罚或被封的网站	140
第 7 章	网站监控	142
7.1	网站排名监测和工具.....	143
7.1.1	检验网站被收录的页数	143
7.1.2	检验网站被链接的数量	143
7.1.3	查看关键词排名免费工具	145
7.2	其他有用的工具.....	146
7.2.1	带你认识 51.La 统计	146
7.2.2	带你认识 CNZZ 统计	151

7.2.3 带你认识百度统计	155
7.2.4 带你认识 Google 统计 (Google Analytics)	159
7.3 Google 管理员工具	161
第 8 章 站点地图与 robots 拒绝规则	166
8.1 站点地图	167
8.1.1 站点地图的分类	167
8.1.2 为什么使用站点地图	167
8.1.3 网站地图 Sitemap 制作工具	168
8.1.4 如何提交 Sitemap.xml	170
8.2 robots 拒绝规则	172
8.2.1 什么是 robots.txt 文件	172
8.2.2 robots.txt 文件放在哪里	172
8.2.3 robots.txt 文件的格式	173
8.2.4 robots.txt 文件用法举例	173
第 9 章 SEO 常见问题总结	177
9.1 如何获得域名对应的 IP	178
9.2 怎样查看自己网站的反向链接	178
9.3 搜索引擎爬行的规律是什么	179
9.4 如何判断关键词的优化难度	180
9.5 如何让搜索引擎收录网站	181
9.6 页面收录减少, 如何检查判断	182
9.7 如何提高关键词密度	183
9.8 如何降低页面相似度	184
9.9 如何提交 DMOZ	185
9.10 如何查看 IIS 日志	190
9.11 搜索引擎提取摘要的方法——动态提取	192
9.12 百度能不能识别火星文	192
9.13 图片站该如何被收录	192
9.14 PR3 的网站找一些与自己网站不相关的网站做链接, 会不会影响网站的权重	193
9.15 企业站发布到黄页里有没有用途	193
9.16 原创的标题和段落非常混乱, 搜索引擎会不会认为是原创	193
9.17 网站地图会不会被认为是链接工厂	193
9.18 快速编写文章的方法	194
9.19 什么内容有利于提升搜索引擎上的排名	194
9.20 如何制造高质量内容的网站	194



9.21	外部链接一天加多少比较合适	195
9.22	内容广告联盟算外链吗	195
9.23	百度贴吧、百度知道、新浪爱问，在这里面发链接有作用吗	195
9.24	怎样判断关键词好不好做	196
9.25	如何正确选择虚拟主机租用托管服务商	196
9.26	如何增加内容的黏性	197
9.27	如何制造高效的内容	197
9.28	让搜索引擎快速收录网站	197
9.29	快速提升网站的收录量	199
9.30	不同类型的网站，不同的优化策略	200

第 10 章 SEO 周边信息

205

10.1	SEO 合同	206
10.2	SEO 报价	208
10.3	网站诊断书样本（旅游网站）	211
10.3.1	网站概况	211
10.3.2	网站诊断路径	212
10.3.3	网站诊断九大路径结论	214
10.3.4	网站分析	214
10.3.5	建议	214

第 2 篇 SEO 实战——月入过万不是梦

215

第 11 章 Google AdSense

216

11.1	什么是 Google AdSense	217
11.2	Google AdSense 注册	217
11.3	Google AdSense 的广告形式	221
11.3.1	AdSense 内容广告	221
11.3.2	AdSense 搜索广告	222
11.3.3	Google 搜索联盟	222
11.3.4	AdSense for Feeds	222
11.3.5	AdSense 移动广告	222
11.3.6	AdSense 域名广告	222
11.3.7	投放广告，确保效果	223
11.3.8	投放广告的几个步骤	223
11.4	渠道的设置	227
11.4.1	渠道的作用	227

11.4.2	渠道的种类	227
11.4.3	设置 URL 渠道的方法	227
11.4.4	设置自定义渠道的方法	228
11.4.5	渠道的使用	229
11.4.6	渠道跟踪工具	229
11.5	AdSense 广告行为政策详解	231
11.5.1	无效点击和展示	231
11.5.2	不允许发布商鼓励用户点击	231
11.5.3	不允许更改广告行为	232
11.5.4	支付方式	233
11.5.5	如何优化广告以提高点击率	235
11.6	如何最大化广告的可见度和响应度	237
11.6.1	广告应放在网站最佳位置	237
11.6.2	随流而动	237
11.6.3	网站第一屏	238
11.6.4	恰当运用表格	238
11.6.5	AdSense 链接单元	238
11.6.6	水平的链接单元	240
11.6.7	使用多个广告单元	240
11.7	控制你的广告	240
11.7.1	吸引相关的广告	240
11.7.2	Title、目录和网页文件名一定要有相关性	241
11.7.3	找出关键词	241
11.7.4	关键词位置	241
11.7.5	广告修改后不能立即出现, 需要等一段时间才能出现	242
11.7.6	公益广告	242
11.8	用 Google 搜索框黏住易变的访问者	243
11.9	内容的建设	244
11.10	利用博客做 AdSense 广告	245
11.11	Google AdSense 常见问题	246
第 12 章	淘宝客入门	250
12.1	淘宝客概述	251
12.2	淘宝客的推广形式	259
12.3	淘宝客推广规范	266
12.4	淘宝客等级	267



12.5	淘宝客运作方式	268
12.6	淘客建站	268
12.7	淘宝客佣金机制	269
第 13 章	淘宝客建站赚钱	270
13.1	为什么要建设淘宝客网站	271
13.2	网站前期策划	271
13.2.1	网站的定位	271
13.2.2	网站内容策划	274
13.2.3	网站设计策划	276
13.2.4	网站易用性策划	280
13.3	为淘宝客网站选定关键词	302
13.3.1	充分了解自己销售的是什么	302
13.3.2	确定竞争对手是谁	302
13.3.3	寻找关键词	303
13.4	网站内容建设	306
13.4.1	巧妙地将资讯与商品结合	306
13.4.2	怎样选择商品	309
13.5	淘宝客推广的其他方法	311
13.6	淘宝客故事	322
13.6.1	大学生做“淘客”月收入过万	322
13.6.2	不懂技术的人怎样运营淘宝客	323
13.6.3	淘宝客推广网站，重点要知道问题出在哪个环节	325
13.6.4	淘宝客大军也算我一个	326
13.6.5	普通女孩淘宝客一个月赚了三千多	327
13.6.6	大学生毕业不找工作，却做起了淘宝客	328
13.6.7	退休干部也可以运营淘宝客	329
13.7	淘宝客常见问题	331

第1篇

SEO 基础入门

第1章 SEO 概述

第2章 域名和主机对 SEO 的影响

第3章 关键词研究与分析

第4章 影响 SEO 排名的因素

第5章 对搜索引擎友好的网页设计

第6章 SEO 作弊常用手段

第7章 网站监控

第8章 站点地图与 robots 拒绝规则

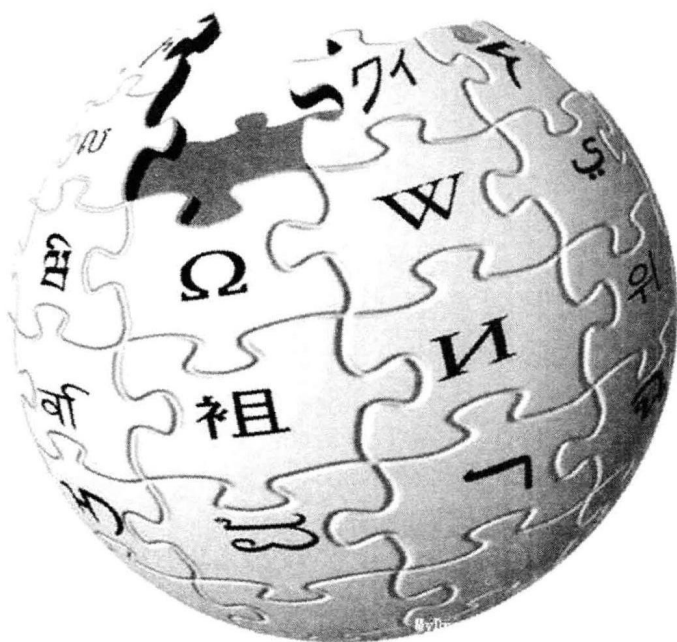
第9章 SEO 常见问题总结

第10章 SEO 周边信息

第1章 SEO 概述

SEO 兵书——

搜索引擎优化手册



1.1 伟大的 SEO

SEO 可以说是所有企业的救星。在传统的行业竞争环境中,人们用尽了一切方法来寻找客户,有的人甚至天天陪客户吃饭,但最后的交易额也不见得很好。自从 SEO 横空出世后,一些企业不再需要销售员出去跑业务,客户会自动上门,非常神奇,反客为主,只要客服人员服务到位,成交就没有问题,而且用少量的员工就可以创造出更好的业绩。有的企业运用得非常好,每天都在筛选客户,只有在交易额达到一定数量之后,客户人员才回复,批量处理客户交易,同时 SEO 也解决了很多困扰企业多年的问题。

这里给大家带来 3 个成功案例,一个是国内企业通过 SEO 成功的例子,一个是国外企业通过 SEO 成功的例子和一个普通人通过 SEO 成功在网络上推销自己产品的案例。

1.1.1 国内经典成功案例:青岛华凯塑胶有限公司

青岛华凯塑胶有限公司(原青岛华瑞达异型塑胶有限公司),成立于 1985 年,位于中国山东省青岛市崂山区,靠近青岛港,北临青岛飞机场,交通十分便利。2005 年,公司为满足市场需求,扩大生产规模,改名为青岛华凯塑胶有限公司,现设 3 个独立子公司,其中一个是中日合资公司。青岛华凯塑胶有限公司拥有现代化厂房 10 000 平方米左右,固定资产 6 000 多万元,各类高科技人员 40 余人。公司已通过 ISO 9001:2000 国际质量认证,并获得国家生产许可证,硬件设施现代化,产品质量过硬,赢得了国内外广大客户的一致赞誉。公司主营橡胶塑料产品、橡胶件、橡胶防滑垫、EPDM 胶条、EPDM 胶管、部分汽车配件、异型橡胶管、各种密封条、氧化乙炔管、各种耐油管、PVC 管、螺旋管、PE 挤出管、PU 挤出管、PP 挤出管、PU 挤出台、尼龙轮、注塑件等,在国内是海尔、海信等的供应商,国外主要市场有西班牙、德国、乌克兰、美国、日本、以色列等国家。

以前青岛华凯塑胶有限公司采用的是传统的销售方式,主要的采购商都是朋友或朋友介绍。由于老板非常有经济头脑,公司越做越大,采购商已经不能满足公司的需要,公司急需大量客户。老板以身作则,带领市场部所有员工,包括市场部经理在内,每天都出去寻找采购商,同时也动用各种关系,虽然有一定的效果,但还是远远达不到公司的需求。老板非常着急,人也变得憔悴了很多,每天无论是在单位还是回到家中,都在绞尽脑汁想办法,他是个非常好强的人,不解决困难绝不会放手。

老板有个女儿在国外,国外的大部分企业都有自己的网站,企业中大部分都有 SEO 人员,没有的也会外包给专门做 SEO 的公司。老板女儿回国后,将 SEO 的思想传授给父亲,老板听后,觉得一切难题迎刃而解。第二天召集人力资源部经理开会,公司立刻成立了一个网络部门,专门负责建设公司的网站和优化公司网站。

公司的员工这时都被传统思想所左右,大部分人都持怀疑态度,有的员工还动了辞职的念头。一个星期后,公司网络部门所有成员到齐,开始踏上网站优化道路。团队用了 3 天的时间确定需要优化哪些主关键词、目标关键词及长尾关键词。由于确定的关键词比较多,老板哪个也不想放弃,最后 SEO 人员提议做网站群优化,即做 10 个网站将这些关键词全部融合到网站中进行优化。由于公司整个团队人员技能比较强,10 个网站仅仅用了两个星期即全部上线,老板非常高兴。



开始的时候，由于是新站，网站在各个方面的权重都非常低。搜索引擎对新站都有一个考核期，在考核期间网站的关键词排名不会理想，但这时 SEO 能做的就只是正常更新网站、交换链接等。

老板有点着急，因为他不懂，每天都问排名有没有上来。两个月后，网站排名有了很大的起色，很多关键词已经排到首页，每天接到的用户咨询电话逐渐增多，公司的业绩也逐渐上升，老板轻松了许多。

两个半月后，关键词又上来一批，但是这些关键词排名大多数排在首页的 7 位以后。3 个月，建设的 10 个网站中，每个网站都有主关键词排名在首页上，而且也有很多长尾关键词排在首页上，SEO 人员没有做过具体的统计。但主关键词排名中，排在首页 7 位以后不是最终目标，最终的目标是排名在首页前 3 位。经过 9 个月的努力，10 个网站中有 30 个主关键词排名在首页前 3 位，从优化结果来看已经非常成功了，每天来咨询产品的人非常多，客服人员已经忙不过来，公司又新增加了 3 名客服人员。

老板尝到了甜头，之前的一切烦恼都没有了。老板认为站群的模式非常适合企业发展，他开始扩大站群，又做了 20 个网站，还是优化同样的关键词，目的是当用户搜索某个关键词的时候，搜索引擎首页出现多个该公司的网站，用户无论进入哪个网站成交，最终成交的都是自己的公司。这个想法非常高明，也是一般企业老板想不到的，这种方法投资小，回报高。

SEO 给青岛华凯塑胶有限公司带来了巨大商机，很多采购商通过搜索引擎找到了该公司，公司凭借着产品质量过硬、服务周到，赢得了很多采购商的青睐，很快在行业中小有名气。随着公司名气越来越大，也有很多国外的采购商找到公司，公司的产品也远销到西班牙、德国、乌克兰、美国、日本、以色列等国家，并且于 2005 年与日本勇和株式会社投资 100 万美金成立了中日合资公司，主要供应日产、日立，如专供日本三菱汽车的油管等。

这是一个非常成功的例子，可以说没有 SEO，就没有企业现在的规模。对于那些拥有先进生产工艺、优良产品和富裕的生产能力而缺乏客源的企业，加快自己的网站建设可以大大提高自己的知名度，快速增加客源，为企业的发展提供良好的空间。SEO 在网站发展上起到的催化剂作用，不只对青岛华凯塑胶有限公司有用，对大量的和青岛华凯塑胶有限公司一样的老企业也有用。其实实力越强的公司，就越需要 SEO 帮忙推广，发现一些潜在的用户可以更加稳定公司的根基。

SEO 具有一定的可操作性，它在搜索引擎上可以极大地体现它的自身价值，不只在国内企业建设的过程中可以发挥效用，国外企业掌握 SEO、借用搜索引擎来推广自己的产品也是非常有意义的。下面是国外企业完美应用 SEO 的例子。

1.1.2 国外经典成功案例：Eagle Casual Wear

Eagle Casual Wear (中文名：凤凰休闲服饰) 有限公司坐落于美国洛杉矶，创建于 1961 年，是一家以女裤为主导、时尚女装系列为配套，集设计、开发、生产、销售于一体的服饰公司，经过多年潜心经营，被誉为“美洲女裤专家”。在公司创办的这些年中，获得了很多荣誉称号，使凤凰品牌插上了腾飞的双翅，迈入世界顶级品牌的行列。