

SEO 网络营销 策略、方法、技巧和案例



刘玉萍 编著

- ◆ 最新SEO技术和操作方法
- ◆ 关键词研究、网站域名优化、主机和结构优化、网站主题优化、网页元素优化
- ◆ SEO作弊技术、网站数据流量监测和分析、常用优化工具的使用方法
- ◆ 电子商务网站优化案例、门户网站优化案例

清华大学出版社



SEO 网络营销

策略、方法、技巧和案例



刘玉萍 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书面向网络营销的初学者,以及广大 SEO 技术的爱好者,循序渐进地介绍了 SEO 的主要知识和技能,提供了大量具体的 SEO 实例供读者实践。

全书分为 13 个章节,分别介绍了搜索引擎快速入门、认识 SEO、关键词研究、优化网站域名、主机和结构、优化网站的主题、优化网站的页面、优化网站中的图片、优化链接策略、SEO 作弊技术与后果、检测和分析网站数据流量和网站优化工具案例分析等,最后还通过两个综合案例,让读者进一步巩固所学的知识,提高综合实战能力。通过全书的学习,读者可以完整地掌握 SEO 营销技术要点并具备网络营销的能力。

本书涉及面广,几乎涉及了 SEO 营销的所有重要知识,既适合所有的 SEO 营销初学者,同时也适合想全面了解 SEO 营销的工作人员阅读。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

SEO 网络营销:策略、方法、技巧和案例 / 刘玉萍编著. —北京:清华大学出版社, 2015
ISBN 978-7-302-38518-9

I. ①S… II. ①刘… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 269449 号

责任编辑:夏非彼

封面设计:王翔

责任校对:闫秀华

责任印制:何莘

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:清华大学印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:190mm×260mm

印 张:17.5

字 数:448 千字

版 次:2015 年 1 月第 1 版

印 次:2015 年 1 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:39.00 元

产品编号:061322-01

前言

本书是专门为网络营销者量身定做的学习用书，整套书涵盖搜索引擎营销、SEM、关键词研究、优化网站的域名、主机和结构、优化网站的主题、优化网站的链接和一些常用优化工具的使用方法等知识。

- 通俗易懂

为了让没有基础的初学者能快速掌握 SEO 网络营销的知识，本书采用通俗易懂的语言，全面介绍 SEO 网络营销中的策略、方法、技巧和案例。

- 前沿技术

SEO 技术的快速发展，本书将以最前沿、最实用的网络营销技术作为本书的主要内容，帮助大家认识 and 了解最新动态。

- 权威的作者团队

国家重点实验室和资深应用专家联手编著本书，汇集丰富的教学经验与优秀的营销理念。

- 学习型案例设计

以营销的实际应用过程为主线，全程采用图解教学方式，生动、直观、全面地剖析网站运营过程中的各种网络营销技能，降低难度并提高学习效率。

本书专门为研究网络营销的初学者和从业者而编写，旨在使读者学会和用好网站营销的各项技能。

为什么要写这样一本书

提升网站访问量最简单的办法是使自己的网页排名靠前，这也是搜索引擎优化最常见的目标，从技术上说，就是在搜索引擎许可的优化原则下，通过对网站中代码、链接和文字描述进行重组优化，加上后期对该优化网站进行合理的反向链接操作，最终实现被优化的网站在搜索引擎的检索结果中得到更靠前的排名，进而提高点击率，让产品展示在用户面前。通过搜索排名的不断提升，网站可以获得更多的流量，让更多有需要的用户进行访问。

本书从案例实战入手，结合理论知识的讲解，可让初学者、网络营销人员快速成为 SEO 方面的专业人员，并初步拥有较强的实战经验，以便在未来的职场中占有高起点。

本书特色

- 零基础、入门级的讲解

无论您是否从事计算机相关行业，无论您是否接触过网络营销，是否了解 SEO 的技术，都能从本书中找到最佳起点。

- 超多、实用、专业的范例和项目

本书在编排上紧密结合深入学习 SEO 技术的先后过程，从搜索引擎的基础知识开始，带领读者逐步深入地学习各种应用技巧，侧重实战技能，使用简单易懂的实际案例进行分析和操作指导，让读者读起来简明轻松，操作起来有章可循。

- 可随时检测学习成果

每章中都有实际操作的案例，读者可以边操作，边检测自己的学习成果和实战能力，做到融会贯通。

读者对象

- 没有任何网络营销基础的初学者。
- 已有一定基础，还想深入学习网络营销的人员。
- 已有一定的网站营销基础，但没有网络营销经验的人员。
- 大中专院校及培训学校相关专业的老师和学生。

创作团队

参与本书编写的除了封面署名人员以外，还有王英英、肖品、孙若淞、王攀登、王维维、梁云亮、刘海松、陈伟光、包惠利等人，在此表示感谢。虽然本书倾注了编者的努力，但由于水平有限、时间仓促，书中难免有错漏之处，请读者谅解。如果遇到问题或有意见和建议，请与我们联系，我们将全力提供帮助，技术支持 QQ：2606372761。

编者

2014 年 10 月

目 录

第 1 章 搜索引擎快速入门.....	1
1.1 搜索引擎基础.....	1
1.1.1 搜索引擎简介.....	1
1.1.2 搜索引擎的作用.....	1
1.2 搜索引擎的基本工作原理.....	2
1.2.1 抓取.....	3
1.2.2 过滤.....	3
1.2.3 建立索引.....	4
1.2.4 输出结果.....	4
1.3 搜索引擎的分类.....	4
1.4 分析蜘蛛抓取网页策略.....	7
1.5 搜索引擎的未来.....	8
第 2 章 认识 SEO.....	10
2.1 搜索引擎优化基础.....	10
2.1.1 什么是 SEO.....	10
2.1.2 SEO 的发展历程.....	11
2.1.3 SEO 的作用.....	13
2.1.4 搜索引擎优化分类.....	13
2.2 搜索引擎优化的目标.....	14
2.2.1 提升网站访问量.....	14
2.2.2 提升用户体验.....	15
2.2.3 提高业务转化率.....	15
2.3 为什么要做 SEO.....	15

2.4	案例 1——搜索引擎与 SEO.....	17
2.5	实现 SEO 的流程.....	18
2.5.1	分析网站特征.....	18
2.5.2	分析网站结构.....	20
2.5.3	分析网站目标群.....	22
2.5.4	制定优化策略.....	23
2.5.5	实施优化策略的步骤.....	24
2.5.6	检测与调整优化策略.....	25
2.6	搜索引擎优化的误区.....	28
2.6.1	为了搜索引擎而优化.....	28
2.6.2	听信虚假广告.....	29
2.6.3	急于求成.....	30
2.6.4	采用“黑帽”手法.....	31
2.7	案例 2——以实例认识搜索引擎优化.....	32
2.7.1	第 1 步——分析网站特征.....	33
2.7.2	第 2 步——分析网站结构.....	33
2.7.3	第 3 步——分析网站目标群.....	34
2.7.4	第 4 步——实施优化策略步骤.....	35
2.7.5	第 5 步——检测与调整优化策略.....	37
2.8	熟悉常见的 SEO 术语.....	38
第 3 章	关键词研究.....	42
3.1	关键词概述.....	42
3.1.1	什么是关键词.....	42
3.1.2	关键词与搜索密切相关.....	43
3.1.3	理解关键词.....	44
3.2	关键词选择原则.....	44
3.2.1	关键词与网站主题要紧密相关.....	44
3.2.2	关键词要精准而不能宽泛.....	45
3.2.3	关键词不要太特殊.....	46
3.2.4	站在用户角度思考.....	47
3.2.5	选择竞争度最小的关键词.....	48

3.3 案例 1——分析关键词的选择方法	48
3.3.1 建立简易关键词库	48
3.3.2 关键词竞争度评估	50
3.4 长尾关键词策略	51
3.5 案例 2——搜索优化中的关键词	53
3.6 案例 3——查询网站关键词排名	54
第 4 章 优化网站域名、主机和结构	55
4.1 优化网站域名	55
4.1.1 什么是网站域名	55
4.1.2 域名选取原则	56
4.1.3 域名选取技巧	58
4.1.4 域名选择的误区	62
4.2 优化网站主机	63
4.2.1 IP 及主机被搜索引擎加入黑名单	64
4.2.2 设置错误	64
4.2.3 安全稳定性	65
4.2.4 访问速度	65
4.2.5 URL 重写支持	66
4.2.6 地理位置	66
4.3 网站结构介绍	67
4.3.1 什么是网站结构	67
4.3.2 标准图框结构的分解	68
4.3.3 物理结构与逻辑结构	69
4.3.4 网站结构对 SEO 的影响	69
4.3.5 如何充分考虑 SEO 的需求	72
4.4 案例 1——优化网站的结构	73
4.4.1 物理结构优化	73
4.4.2 逻辑结构优化	75
4.5 二级域名与子目录的选择	76
4.5.1 根据内容的丰富程度进行选择	76
4.5.2 根据内容的相关性进行选择	77

4.5.3	分开访问子域名内容	77
4.5.4	不要滥用子域名	77
4.6	案例 2——优化网站的域名和子目录	78
第 5 章	优化网站的主题	80
5.1	网站主题概述	80
5.1.1	选择有价值的内容	80
5.1.2	注重企业的权威品牌	82
5.1.3	案例 1——融合 SEO 和网站的主题	83
5.2	标题优化的策略	84
5.2.1	中规中矩的常规标题	85
5.2.2	明确受众的特定标题	85
5.2.3	用数字说话的标题	86
5.2.4	用疑问引起共鸣的标题	86
5.2.5	用夸张的标题	87
5.2.6	用明星效应武装标题	87
5.2.7	限时的标题	88
5.2.8	不按常理出牌的标题	88
5.2.9	用热点事件装饰标题	89
5.2.10	抓住访问者好奇心的标题	89
5.3	案例 2——内容形式优化的三种方法	90
5.3.1	避免古板的语言	90
5.3.2	让内容建设更简洁	91
5.3.3	内容要浅显易懂	92
5.4	案例 3——内容结构优化的三种方法	92
5.4.1	段落不要太长	92
5.4.2	多用小标题	93
5.4.3	多罗列要点	94
5.5	案例 4——表现形式优化的两种方法	95
5.5.1	数字的说服力	95
5.5.2	善用富媒体	96
5.6	案例 5——“亿赐客”网站的主题优化	97

第 6 章 优化网站页面的技巧	99
6.1 优化网站的导航	99
6.2 案例 1——网页内容的优化	102
6.2.1 优化首页的内容	102
6.2.2 优化栏目页的内容	106
6.2.3 内容页的构成	107
6.2.4 列表页的构成	108
6.3 案例 2——兼顾 SEO 与用户体验	112
6.3.1 内容区域	113
6.3.2 互动机制	114
6.3.3 代码优化	116
6.3.4 URL 优化	116
6.3.5 关键词布局与密度	117
6.3.6 导入与导出链接	117
6.4 优化专题页面的技巧	117
6.4.1 针对 SEO 的专题制作及优化技巧	118
6.4.2 SEO 页面标题优化技巧	118
6.4.3 网站站内专题优化技巧	119
6.5 优化网页不友好元素	119
6.5.1 优化网页布局框架	120
6.5.2 优化 JavaScript 脚本代码	120
6.5.3 优化 Ajax 代码	121
6.6 案例 3——优化网站页面中的产品页	121
6.7 检测网站用户的友好性策略	123
第 7 章 优化网页中的图片	124
7.1 优化网站图片	124
7.1.1 常见的 SEO 图片优化方法	124
7.1.2 在百度上做图片优化	129
7.2 SEO 图片优化基础	130
7.3 SEO 图片优化执行	132
7.4 被忽略的图片优化技巧	135

第 8 章 优化链接策略.....	138
8.1 链接的基本知识.....	138
8.1.1 什么是链接.....	138
8.1.2 链接分类.....	139
8.2 为什么链接很重要.....	140
8.3 网站内部链接的优化策略.....	141
8.3.1 给重要网页添加内部链接.....	141
8.3.2 相关链接和频道关联.....	141
8.4 外部链接在 SEO 中的作用.....	142
8.4.1 增加网站外部链接的相关要点.....	142
8.4.2 如何做好外部链接.....	144
8.4.3 提高网页权重.....	147
8.5 注意外链优化的误区.....	148
8.6 交换链接基础知识.....	150
8.6.1 什么是交换链接.....	150
8.6.2 交换链接的意义.....	151
8.7 案例 1——学习新浪网的链接优化.....	152
8.7.1 扁平的树形网状结构.....	152
8.7.2 网站导航的规划与部署.....	156
8.7.3 用链接相关性提高用户体验.....	157
8.7.4 死链接与错误页面.....	158
8.8 案例 2——使用工具检查网站的内部链接.....	158
8.8.1 Google 网站管理员工具.....	158
8.8.2 内部链接检查器.....	160
8.9 案例 3——分析网站的内部链接优化策略.....	163
8.9.1 导航位置和内容规划.....	163
8.9.2 网站地图设计.....	164
8.9.3 内容页内部链接规划.....	164
8.10 案例 4——选择优秀的外部链接.....	165
8.11 案例 5——选择优秀的交换链接标准.....	168
8.11.1 查看网站的相关性.....	168
8.11.2 分析网站的质量.....	168

8.11.3	导出链接数量	170
8.11.4	链接伙伴的健康度	171
8.11.5	交换链接的稳定性	171
8.12	案例 6——寻找优秀交换链接的方法	171
8.12.1	搜索引擎	171
8.12.2	分类目录与网址导航	173
8.12.3	链接交换平台	174
8.12.4	同类网站的交换链接	175
8.12.5	站长群与站长论坛	176
8.13	案例 7——为网站寻找高质量的友情链接	177
第 9 章	SEO 作弊技术与后果	180
9.1	主流搜索引擎对 SEO 技术的态度	180
9.1.1	百度对 SEO 技术的态度	180
9.1.2	Yahoo 对 SEO 技术的态度	183
9.1.3	搜狗对 SEO 技术的态度	184
9.2	优化网站常犯的错误	186
9.3	搜索引擎作弊手段	188
9.4	树立 SEO 的正确观念	193
9.5	搜索引擎的惩罚与解除	194
9.6	案例——如何做好搜索引擎优化	197
9.6.1	不要采用得不偿失的作弊行为	197
9.6.2	会引起搜索引擎惩罚的黑帽 SEO 作弊手法	199
第 10 章	监测和分析网站数据流量	201
10.1	网站流量数据统计概述	201
10.2	案例 1——通过 CNZZ 检测网站流量	202
10.3	常见的流量统计系统	205
10.4	案例 2——使用流量查询工具	207
10.4.1	Alexa 流量查询	207
10.4.2	Google Trends for Websites	209
10.4.3	Double Click Ad Planner	210

10.5 案例 3——通过站长工具获取优化数据	210
10.5.1 whois 查询	211
10.5.2 IP 查询	211
10.5.3 网站速度测试	212
10.6 案例 4——使用网站分析工具	213
10.6.1 Google Analytics	213
10.6.2 百度统计	214
10.7 案例 5——经常跟踪行业热点	215
第 11 章 网站优化工具案例实战分析	218
11.1 案例 1——利用“百度指数”查询关键字	218
11.2 案例 2——利用 Google 工具查询关键词	221
11.2.1 Google Trends	221
11.2.2 Google Adwords	223
11.3 案例 3——关键词排名查询工具	223
11.3.1 Google Zeitgeist	223
11.3.2 百度搜索风云榜	225
11.3.3 搜狗热搜榜	226
11.3.4 SOSO 热搜榜	226
11.4 案例 4——利用站长工具查询关键词密度	227
11.5 案例 5——使用工具检查网站的外链	228
11.5.1 Open Site Explorer	228
11.5.2 Majestic SEO	230
11.6 案例 6——使用网站管理员工具	231
11.6.1 Google Webmaster Tools	231
11.6.2 百度站长平台	233
11.6.3 “YAHOO!奇摩站长工具”软件	234
11.7 案例 7——使用“站长帮手”软件模拟搜索引擎蜘蛛	236
11.8 案例 8——网站的综合优化	237
11.8.1 查询反链	237
11.8.2 关键词排名	238
11.8.3 Alexa 排名查询	238

11.8.4 PR 值查询	239
11.8.5 百度权重查询	240
第 12 章 电子商务优化案例	241
12.1 分析网站优化的关键点	241
12.2 分析网站优化的策略	243
12.3 分析网站优化的效果	246
12.4 记录网站优化的经验	248
12.5 提高网站排名的技巧	250
第 13 章 门户网优化案例	252
13.1 分析门户类网站优化的关键点	252
13.2 分析门户类网站优化的策略	255
13.3 分析门户类网站的优化效果	258
13.3.1 关于导航	259
13.3.2 关于推荐	260
13.3.3 关于互动	261
13.4 积累门户类网站优化的经验	262
13.5 分析门户类网站的盈利模式	264

第 1 章

◀ 搜索引擎快速入门 ▶

学习 SEO，首先需要理解什么是搜索引擎，因为它是搜索引擎优化的基础。本章节主要讲述搜索引擎基础概念、搜索引擎的基本工作原理、搜索引擎的分类并分析蜘蛛抓取网页的策略等。

1.1 搜索引擎基础

搜索引擎的工作，远不像平常所看到的搜索引擎表面（搜索框）那样简单。搜索引擎究竟是怎么回事？下面从简单的内容入手，逐一揭密搜索引擎的相关知识。

1.1.1 搜索引擎简介

究竟什么是搜索引擎呢？简单地说，搜索引擎是指根据一定的策略、运用特定的计算机程序从互联网上搜集信息，在对信息进行组织和处理后，为用户提供检索服务，将用户检索相关的信息展示给用户的系统。

搜索引擎是帮助用户查找存储在个人电脑、计算机网络，如互联网上的信息的软件程序。用户输入搜索项目，通常是通过录入一个关键词或短语，搜索引擎通过扫描被搜索的计算机和计算机网络，或者分解（分析）它们数据的索引，返回万维网站点、个人电脑文件或文档的列表。

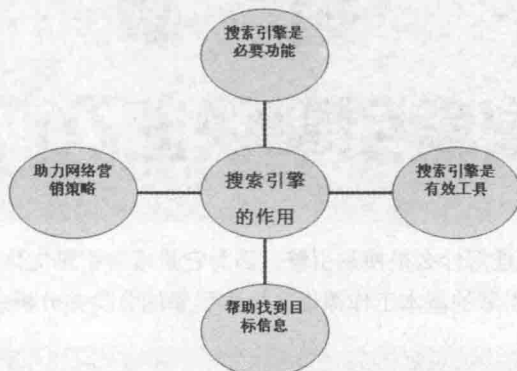
搜索引擎有很多家，如下图所示，是一些常见的搜索引擎。其中，Google 和百度可以算得上是搜索引擎的代表，因为它们占据着大份额的用户。



1.1.2 搜索引擎的作用

当大家接触到一件新物品时，第一个念头一般是想知道它是做什么用的。同样地，对于搜索

引擎也不例外。下面的内容告诉大家搜索引擎的作用，如下图所示。



1. 搜索引擎是必要功能

搜索引擎是在网站建设中为了实现“用户使用网站的便利性”，而提供的必要功能。

2. 搜索引擎是有效工具

搜索引擎作为一个工具，可以实现“研究网站用户行为”的目的。

3. 搜索引擎帮助找到目标信息

搜索引擎通过让用户快速、准确地找到目标信息，实现其站内检索的高效性，从而起到有效促进产品/服务营销的作用。

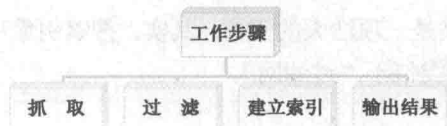
4. 搜索引擎助力网络营销策略

通过对网站访问者搜索行为的深度分析，进一步制定更为有效的网络营销策略，具有重要价值，主要表现为以下几方面。

- 网络营销环境方面：搜索引擎营销的环境发展为网络营销的推动起到举足轻重的作用。
- 营销效果方面：很多公司之所以可以应用网络营销是利用了搜索引擎营销。
- 作为电子商务概念组成部分：从作为电子商务概念组成部分看，网络营销是其中最重要的组成部分，是向终端客户传递信息的重要环节。

1.2 搜索引擎的基本工作原理

搜索引擎的工作原理其实很简单，首先它被分为4个部分，如下图所示，第一部分是蜘蛛爬虫，第二部分是数据分析系统，第三部分是索引系统，第四部分是查询系统。总之，若希望通过搜索引擎为用户带来更好的体验，需要对网站进行严格的内容建设，使之更符合用户的浏览需求。



1.2.1 抓取

当要享受美味的海鲜大餐之前，需要有人去捕获各种各样的海鲜，然后才能根据自己想吃的品种进行有选择的食用。同样地，对于搜索引擎在完成这一系列工作过程的每一步骤中，也需要完成类似的工作。但是，它们这个抓取的执行者是一种被称为“蜘蛛”的程序。不过要注意此“蜘蛛”非彼蜘蛛，了解了这些之后，下面将介绍搜索引擎蜘蛛及其抓取的相关内容。

1. 什么是搜索引擎蜘蛛

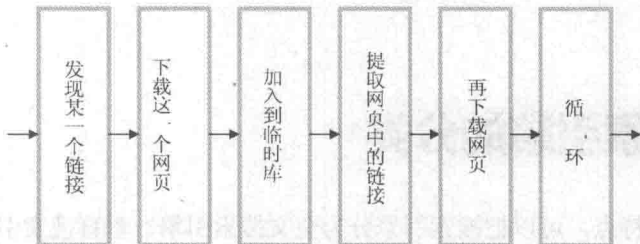
关于搜索引擎蜘蛛，需要通过几个概念来了解它。

① 程序：首先，搜索引擎蜘蛛可以归类为程序的一种，程序的形式通过模仿蜘蛛织网后的爬行、遍历爬行而展开。总之，搜索引擎蜘蛛程序，其实就是搜索引擎的一个自动应用程序。

② 计算：其次，通过搜索引擎系统的计算来决定对哪些网站施行抓取，以及抓取的内容和频率值。搜索引擎的计算过程会参考用户的网站在历史中的表现，比如内容是否足够优质，是否存在对用户不友好的设置，是否存在过度的搜索引擎优化行为等等。爬行和抓取是搜索引擎工作的第一步，它完成真正意义上的数据收集任务。

2. 如何进行抓取

网站更新后，产生了新的内容。这时，搜索引擎蜘蛛会通过互联网中某个指向该页面的链接进行访问和抓取，如果没有设置任何外部链接指向网站中的新增内容，它将不会给予抓取处理。因此，及时更新网站的内容和有较广泛的外部链接非常重要。把这些信息都抓取到搜索引擎的服务器上，然后建立索引库，举例说明，可以把搜索引擎蜘蛛当做一个用户，该用户来访问网站，再把网站内容保存到自己的电脑上。如下图所示，是蜘蛛抓取网页的流程图。



1.2.2 过滤

如果说所谓的蜘蛛爬行是“撒网捕鱼”，那么接下来要做的就是，将捕上来的东西进行归类，因为在网里的不一定是能吃的鱼，也有可能是废渣等（比如，一些明显的欺骗用户的网页、死