网站排名的秘密

很多人想知道的SEO关键问答

严家成 卢盟晃 著

为什么要做SEO?
各行各业必懂的SEO!
SEO该做哪些是有效的?
量身订做的检测工具有哪些?
Q&A为你快速解答!

老板、高级经理、专案经理、营销人员、文案人员、网络工程师、网站管理员、网页设计师、程序设计师等关心的各种SEO方法与技巧。

华中科技大学出版社
http://www.hustp.com

网站排名的秘密

很多人想知道的SEO关键问答

严家成 卢盟晃 著

为什么要做SEO?

各行各业必懂的SEO!

SEO该做哪些是有效的?

量身订做的检测工具有哪些?

Q&A为你快速解答!

老板、高级经理、专案经理、营销人员、文案人员、网络工程师、网站管理员、网页设计师、程序设计师等关心的各种SEO方法与技巧。

华中科技大学出版社
http://www.hustp.com
中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

网站排名的秘密：很多人想知道的SEO关键问答 / 严家成，卢盟晃著 . —武汉：华中科技大学出版社，2015.3

ISBN 978-7-5680-0754-2

Ⅰ . ①网… Ⅱ . ①严… ②卢… Ⅲ . ①互联网络－情报检索－系统最优化－问题解答 Ⅳ . ① G354.4-44

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第058631号

湖北省版权局著作权合同登记 图字：17-2015-080号

网站排名的秘密：很多人想知道的SEO关键问答 严家成 卢盟晃 著

策划编辑：谢燕群

责任编辑：谢燕群 陈元玉

责任校对：李 琴

封面设计：龙文装帧

责任监印：周治超

出版发行：华中科技大学出版社（中国·武汉）

武昌喻家山 邮编：430074 电话：(027)81321913

录 排：武汉金睿泰广告有限公司

印 刷：湖北新华印务有限公司

开 本：787mm×960mm 1/16

印 张：22

字 数：532千字

版 次：2015年5月第1版第1次印刷

定 价：68.00元

本书若有印装质量问题，请向出版社营销中心调换

全国免费服务热线：400-6679-118 竭诚为您服务

版权所有 侵权必究

序言

从去年到今年，各种搜索引擎发生了极大的变化，不管是 Google、Bing（Yahoo）还是百度，都不约而同地推出了各种新的算法及其更新。例如，Google 熊猫算法（Google Panda）、Google 企鹅算法（Google Penguin）、Google 蜂鸟算法（Google Hummingbird）、Bing 社交算法更新、百度石榴算法、百度绿萝算法等。因此，如果你的搜索引擎优化操作还停留在旧思维，那么可能会很快地被搜索引擎列为不受欢迎的网站。现代的搜索引擎优化就是要带给消费者价值，并且把网页的关键词与社交网络结合，提高消费者的使用经验值。如果你还在使用老式的搜索引擎优化方式，那么就应该改变了！

老式的搜索引擎优化方式是什么？就是还在浪费时间创建没有质量的目录网站、使用各种人为的方式创建链接、购买传递 Pagerank 的链接、到处重复散布网页内容，以及其他各种落后手法。为什么要改变老式的搜索引擎优化手法？因为搜索引擎都在紧锣密鼓地加强侦测作弊的算法，即使现在未被抓出来处罚，能够持续有效的日子也已经不多，终究有一天会寿终正寝。现在的搜索引擎优化必须注意下列几个趋势。

1. 质量已经是新类型的优化重点

搜索引擎优化的方向会由纯技术层面转向更着重人的因素，以前可以靠着许多作弊骗过搜索引擎，但是现在已经不行了，因为这些作弊可以被算法抓出来，或是被别人检举，或是被读者厌恶。在新的类型中，质量越来越重要：内容需要质量、链接需要质量、社交也需要质量，已经从量的搜索引擎优化变成质的搜索引擎优化。你必须使用各种标准去检查你的网页，如果你的网页能够符合质量条件，就绝对可以获得不错的搜索排名，因为这些网页对于搜索引擎与用户而言都是优秀的内容。只要对搜索引擎与用户都有帮助，就可以保证搜索引擎优化操作的成功。

2. 社交 / 同城 / 移动 / 内容（SoLoMoCo）的整体发展

必须以内容营销为中心来发展社交、同城、移动等各项策略。社交的结果会影响搜索，这已经是无法改变的事实了。不管是直接或是间接的影响，都是因为社交信号引起了访客的反应，然后再去影响其他因素，刚好这些因素就是搜索排名注重的因素。从原本以访客为中心的影响已经变成社交信号、搜索排名、访客三者相互影响，这样的变化让社交信号更加直接地影响了搜索排名。

移动设备方面虽然友善，但也不能忽视它，它已经成为必须具备的项目。只有具有适合移动设备使用接口的移动网站，才能够在移动时代具有竞争力。不管你的企业是否具有实体商店，同城的关键词分析都开始变得很重要，因为移动设备的搜索已经深受所在地区的影响。

因特网的未来将会是消费者以社交 / 同城 / 移动为主要需求，而支撑起消费者的这些需求的

就是内容。如果能够以内容来满足消费者的社交 / 同城 / 移动的需求，那么企业就可以获得未来因特网的商机。

3. 语意网络将影响搜索引擎的未来服务质量

通过语意网络创建起来的优化策略是未来持续发烧的议题，所以网站必须注意各种语意标记的发展。随着 HTML5 的发展，各大搜索引擎不断接受微数据（Microdata）来表示网页内容的语意，并且努力地并购及整合相关的语意技术。许多企业网站也已经开始使用相关的语意标记，待大多数网站都采用语意标签时就是搜索结果页面洗牌的时候了。

近年来，社交网络蓬勃发展，并且对搜索引擎优化有重大影响力。社交网络如果再加上语意技术，可能就会让搜索引擎更加如虎添翼。社交网络上的权威人士对于网页内容的分享、点赞或是 +1，将可以影响网页的搜索引擎优化表现。如果再将语意技术应用于社交网络的社交圈，搜索引擎就更能了解每个人的搜索目的。如此一来，网站内容是否能够让搜索引擎正确、顺利地归类索引就非常重要了。

4. 搜索引擎优化已经从策略演变成为战略

策略（Tactic）跟战略（Strategy）有何不同？“战略”是大方向的，而“策略”是在战略之下的较具体的运作方针，只有在战略之下才会出现真正的实际步骤。所以，搜索引擎优化已经从策略演变成为战略的意思就是指搜索引擎优化的技术性检讨、改善虽然很重要，但是其宏观角度更重要。

如果网站长期还是被这些技术层面的细枝末节所牵绊，那么也会失去网站的真正目的。搜索引擎优化的细枝末节只需要定期查看，而不需要天天在其中“打滚”，这个就是搜索引擎优化的宏观角度。总而言之，从 2014 年开始，就跟旧式搜索引擎优化说再见了，如果无法放弃不合时宜的搜索引擎优化，就可能逐渐会被淘汰。

5. 网站存在的目的已经不只是曝光度

以往只要求搜索排名的思维已经落伍，未来必须强调的是消费者的投入与网站的转换率。因为受个性化与同城化等因素的影响，搜索排名无法完全反映网站的成果，所以网站优化的目的已经不能只是提高曝光度，企业必须赋予网站更多的使命。也就是说，在正确的网站架构下，通过内容营销让消费者投入并进行转换。

虽然优化搜索引擎需要注意的项目非常繁杂，但并不代表每个项目都必须进行。优化搜索引擎不是要倾其所有资源去做到最好，而只是要尽其能力去赢过竞争者。因此优化搜索引擎除了要有技术与策略之外，还要有投资报酬率的概念，必须要把资源投在可以产生最大效益的地方。

宋朝黄庭坚说：“士大夫三日不读书，则义理不交于胸中，对镜觉面目可憎，向人亦语言无味。”黄庭坚所说的这句话，还真的很贴近搜索引擎优化这个行业，如果三天不上网，就很可能连游戏规则都不清楚了，或是原本熟悉的服务界面又修改了。因此，要撰写搜索引擎优化这类

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

书籍，真的是一件非常困难的事情，除了要面对日新月异的技术以外，还要涵盖相当广泛的内容。所以本书在内容的取舍上，难免挂一漏万，但是我们已经尽可能地提供所有搜索引擎优化必须知道的事情。如果需要更多最新的相关信息，可以访问我们的网站：http://seo.dns.com.tw/。

目录

第 1 章　搜索引擎优化概念 1

1.1　谁应该了解搜索引擎优化 1

1.2　如何快速了解搜索引擎优化 4

1.3　给老板与高阶管理人员 11

1.4　给营销与文案人员 15

1.5　给予网页相关的技术人员 18

1.6　学习 SEO 应该具有的认识 21

1.7　进行 SEO 操作的准备工作 23

1.8　正确的 SEO 操作流程 26

1.9　SEO 操作经常出现的错误 28

1.10　影响自然搜索排名的因素 31

1.11　不同搜索引擎的 SEO 策略 34

1.12　搜索经验最优化 36

1.13　搜索引擎优化哲学 37

1.14　选择 SEO 策略 39

1.15　零类接触营销术 42

1.16　网络营销应该从 SEO 开始 44

1.17　随时注意网络环境的变化 46

第 2 章　你应该避免的 SEO 误会 51

2.1　SEO 可以解决企业营销困境吗 51

2.2　SEO 公司可以保证搜索排名吗 54

2.3　为什么搜索引擎优化不能完全外包 57

2.4　应该模仿竞争者的 SEO 操作吗 60

2.5　关键词广告与 Facebook 营销可以取代 SEO 吗 61

2.6　SEO 是否就是网站优化 63

2.7　Inbound Marketing 是否已经取代了 SEO 66

2.8　SEO 是否就是内容营销 67

2.9　品牌是否不需要 SEO 70

2.10 其他应该避免的误解 74

第 3 章 SEO 的优化项目分析 77

3.1 找出各行业的优化重点 77
3.2 进行搜索优化的竞争者网站分析 78
3.3 进行搜索优化的自我网站分析 85
3.4 进行搜索优化的关键词分析 93
3.5 进行搜索优化的客户需求分析 96
3.6 产生搜索优化的内容策略 99
3.7 分辨 SEO 公司的优势与劣势 101
3.8 网站环境安全性检查 104

第 4 章 网站结构调整 107

4.1 最优网站结构 107
4.2 如何使用 301/302 转址 115
4.3 标准链接元素 120
4.4 标准链接元素最常见的错误 125
4.5 网站搬家后如何让新网址无缝接轨 128
4.6 网站搬家后如何保留社交网站的资源 130
4.7 网站地图 135
4.8 robots.txt 与 .htaccess 的作用 139
4.9 如何避免 SEO 攻击 142
4.10 维基百科网页的优秀排名 144
4.11 手机版本网页的特别设定 148

第 5 章 网站页内调整 153

5.1 网站页内的操作重点 153
5.2 独特而准确的标题 159
5.3 收集客户数据 162
5.4 长尾关键词与 SEO 废话哲学的关系 167
5.5 搜索引擎能否正确处理 AJAX 169
5.6 进行图形优化 172
5.7 为何应该注意导出链接效应 175

第 6 章 网站页间调整 177
6.1 如何评估链接质量 177
6.2 什么是网页间的操作重点 180
6.3 如何面对 Google 的页尾链接规范 185
6.4 搜索引擎如何看待网页间的作弊 187
6.5 如何了解网站的链接 191
6.6 如何处理负面 SEO 193
6.7 如何找出失效的链接 196
6.8 锚点文字会被 Co-citation 取代吗 199
6.9 如何进行实体商店刊登 201

第 7 章 网站语义因素 205
7.1 什么是语义网与语义搜索 205
7.2 语义因素对搜索排名的影响 211
7.3 微数据 214
7.4 在电子商务环境中如何使用微数据 218
7.5 如何设定作者标记 222
7.6 如何善用作者标记提升搜索曝光度 227
7.7 Google 数据荧光笔 229
7.8 Google 知识图谱 231

第 8 章 网站效果监测 235
8.1 网站搜索排名为什么会下降 235
8.2 如何快速了解网站的成长 238
8.3 Google 流量分析工具 242
8.4 Google 分析工具必须设定的项目 248
8.5 Google 分析工具有哪些重要报告 250
8.6 如何自定义个性化报告 260
8.7 Google 分析工具范本 263
8.8 如何使用 Google 分析工具的提醒? 273
8.9 观察搜索关键词与搜索点击率 277

第 9 章 搜索引擎规范 281
9.1 Google 网站管理员指南 281

9.2 Google 算法与手动处罚的区别 285
9.3 Bing/YAHOO! 的规范 287
9.4 百度的搜索引擎优化规范 293
9.5 黑帽 SEO 295
9.6 案例研究：不自然链接 297
9.7 案例研究：社论式广告 301
9.8 案例研究：购买链接会不会被搜索引擎处罚 303
9.9 案例研究：作弊可以获得流量吗 305

第 10 章 搜索引擎优化工具 309
10.1 如何测试网站速度 309
10.2 如何了解网站联机 311
10.3 如何进行网站调试分析 313
10.4 如何进行网站链接分析 315
10.5 如何进行搜索排名监测 318
10.6 如何使用关键词工具 321
10.7 如何了解你的网站 323
10.8 如何有效管理 Blog 328
10.9 如何有效发布刊登信息? 332
10.10 如何查询 Pagerank 数值 333
10.11 如何产生网站的 Sitemap 334
10.12 如何知道网站是否启动 HTTP 304 336

附录 SEO 操作检查表 337
网页可存取性 337
网址结构 337
网站地图 338
内容与关键词 338
搜索结果显示效果 339
社交网络因素 339
本地搜索因素 339
网站监测 340
网站结构与其他 340
SEO 绝对不要做的事情 341

第 1 章

搜索引擎优化概念

SEO 虽然称为搜索引擎优化，但是并不是为了将搜索引擎进行优化，而是将网站进行优化，让搜索引擎可以容易并且正确地处理网站内容，以便按预期的方式把数据呈现给搜索者。广义的搜索引擎优化的目的除了让搜索引擎正确处理网站内容之外，还包括提高用户的满意度，也就是说，不只是以搜索引擎为主体，还要以用户为主体。当你了解了狭义与广义的搜索引擎优化全貌之后，就会知道 SEO 无法被其他网络营销所取代。不同类型的人员必须知道的搜索引擎优化概念也不尽相同，本章分别为老板与高阶管理人员、营销与文案人员、与网页相关的技术人员等拟出应该知道的各种正确概念。

1.1 谁应该了解搜索引擎优化

《世界是平的》(The World is Flat) 的作者托马斯·弗里德曼 (Thomas Friedman) (见图 1-1，图片来源：http://en.wikipedia.org/wiki/Thomas_Friedman) 在《纽约时报》标题为 “Average Is Over” 的专栏文章提到一个观点，认为以往大部分人具有平均水平的技能就可以在一般工作中得到普通的薪水，过着不好不坏的生活。但是现在已经不一样了，“平均” 这件事情已经结束，跟 M 型化社会一样，如果你的技能不能越过平均线，薪水就只有往下的趋势。

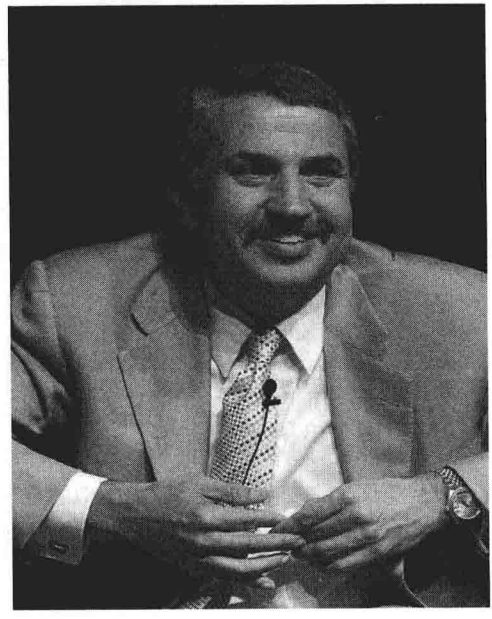

图 1-1

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

这个概念用在网络营销中也很贴切，如果网站在用户的搜索活动中，其搜索曝光度无法越过平均线，就只有往下的趋势。也就是说，可以被搜索得到的网站会慢慢增加曝光度而提升知名度，但是无法被搜索到的网站就会更往下沉沦。

新的科技已经彻底地改变了职场，许多传统工作不见了，许多工作必备的技能也不一样了，同时也出现了许多新的工作机会。这种职场上的变革已经成大局，如果你没有做好准备，就可能被职场淘汰。

托马斯·弗里德曼所说的情况其实早在 20 多年前就已经开始发生，只是没有现在这么明显。虽然目前影响到的层级只是中、低层，但是未来会慢慢发生到所有阶层的工作当中。也就是说，新的科技会影响各种阶层的职场，如果你无法具备这些新的技能，困境就开始产生。

例如，高速公路收费员的工作将被电子收费取代，各种工厂低技术性的操作员也逐渐被机器生产线取代。医生虽然需要比较高级的技能，但是未来部分医疗诊断的工作也可能被机器取代。未来的发展趋势是各种阶层的人员必须设法提升自己的能力，如果你的能力没有办法超出平均水平，就有可能被其他人所取代。如果你能够顺应时代的潮流而提升能力，就不仅不会被别人取代，还可能因为新产生的工作机会而更上一层楼。

上面所述会影响各种阶层职场的新科技之一就是搜索引擎优化技能。是否具备搜索引擎优化的技能也将会决定你的位置高于或是低于平均线。许多人以为搜索引擎优化的技能是网络界需要的，其实它已经慢慢变成各行各业所必需的。而且不仅企业需要，连个人的生涯规划也必须知道搜索引擎优化的技能。

为什么各行各业都需要搜索引擎优化技能？现在大多数消费者都已经习惯在决定购买之前，先行上网查询产品信息，尤其是手机等移动设备的普遍使用，随时可以查询需要的信息。所以任何企业的联络方式或是产品信息如果无法顺利被查询取得，就可能被排除在购买清单之外。

笔者曾经在路途中需要查询某个店家的联络信息，但是却碰上一大堆的障碍而放弃。当时先以手机连上该店家的网站，竟然全是乱码，所以只好改用手机上的默认商店搜索软件进行查询。通过商店搜索，虽然得到了店家的电话号码与地址，但是很不幸的是这些数据都是过时的数据，大概是因为该软件连接的是多年以前的数据库，或是店家没有更新，因此笔者无缘变成该店家的消费者，如图 1-2、图 1-3 所示。

所以各种类型的企业如果无法避免你的消费者也碰到以上类似的窘况，就可能把消费者拒之门外。而且必须了解的是，并不是只有通过网络销售产品的企业才需要了解搜索引擎优化技能，一般实体店或传统企业都可能需要在网络上让消费者寻找得到。

图 1-2

图 1-3

企业必须以搜索引擎优化的观点进行体检，以便让所有既有或是潜在的消费者都能够顺利取得正确的企业信息，让企业增添更多的商机。

为什么个人的职业生涯规划也需要搜索引擎优化？现在企业进行搜索引擎优化，已经不再只是信息部门或是营销部门的工作，而已经是企业必须整体动员的重要工作。未来所有的企业都会变成搜索引擎优化的营销公司，所有的企业网站也都会是网络营销最重要的利器。因此，

每个员工都必须把搜索引擎优化技能纳入自己的职场基本技能当中，除了可以顺利求职之外，也比较容易获得更多升迁的工作机会。

在网络时代中，搜索引擎优化是所有企业与个人都必须了解的基本知识。企业只有真正了解搜索引擎优化，才能够随时提供消费者所需要的信息，以期持续地成长。个人只有真正了解搜索引擎优化，才能够接受职场的变革，让自己不会被淘汰。

1.2 如何快速了解搜索引擎优化

什么是搜索引擎优化（Search Engine Optimization，SEO）？如果拿这个问题去询问不同行业的人，就很可能会得到许多不同的答案。甚至已经在使用 SEO 的人也可能对 SEO 有很多不同的看法。

为什么相同的东西会让大家产生这么多不同的认识呢？主要原因就在于是否能够看到 SEO 的全貌。如果用以管窥天的方式来诠释，也许只看到不正确的 SEO 操作，当然无法了解 SEO 的真正意义。

SEO 虽然称为搜索引擎优化，但是并不是为了搜索引擎而去进行优化，而是对网站进行优化，让搜索引擎可以容易并且正确地处理网站内容，以便按预期的方式将数据呈现给搜索者。

有些人说与其使用 SEO 不如专心进行内容营销，因为他们认为只要内容好，就一定可以被搜索得到。这种说法认为“内容为王”，其他的操作都只是绿叶，甚至是多余的。其实这种说法只说对了一部分，却不知道许多内容很优秀的网站也可能默默无闻，很多搜索曝光度不错的网站却未必有很多内容，如图 1-4 所示。因为他们忘记了，这些网站内容必须依靠搜索引擎当媒介，才能够让读者看到。

又有人说，SEO 其实就是内容营销，因为他们认为企业应该优化的就是给读者阅读的网站内容，而不是为了搜索引擎而优化。这样的说法更是误会了 SEO。因为真正的 SEO 就是让搜索引擎能够正确地处理网站内容，这样才能够让读者搜索到想要的相关网站内容。SEO 操作的范围与内容营销的其实是两回事，只是其间有小部分互相重叠。虽然不能去比较内容营销与 SEO，但是可以说内容营销是进行 SEO 时的一个项目，或者说 SEO 是进行内容营销时的考虑因素之一。

图 1-4

更有些营销业者说 SEO 根本不是营销，认为 SEO 只是建构网站的技术，而不是网络营销的方法。这类说法把 SEO 归类为单纯技术导向，认为合法的 SEO 是每个网页设计师都应该了解的。这只说对了一部分，因为 SEO 的技能与网站建构或是网页设计还是有很大的差异的。

真正的 SEO 首先应该是“内容为王、结构为后”，然后再根据随时更新的搜索引擎算法进行策略调整。当然还有一个重要的前提，就是所有的操作都必须符合搜索引擎的规范。

SEO 最初只谈论网站与搜索引擎之间的关系，所以 SEO 最基本的狭义定义应该是：通过了解搜索引擎的运作规则来调整网站的内容与结构，以便经过调整的网站可以提升搜索引擎自然排名的操作方式。

曾经有一家国际性的企业咨询我们说：“为什么使用企业名称去搜索，无法在搜索结果第一页看到企业网站呢？”其实该企业网站有非常多的内容，算是质量不错的企业网站，并且包括多国语言。但是这些内容无法让搜索引擎把企业名称跟网站产生关联，以致无法通过企业名称搜索到企业的网站。其原因就在于关键词的安排不对，以及网站结构让搜索引擎误解了。

另外一个例子，有一家汽车零件公司的网站一直没有办法提高搜索曝光度，有一大半网页内容都没有被搜索引擎索引。因为这家公司网站的首页是一个搜索页面，让顾客自己输入关键词去寻找需要的汽车零件。在这样的结构之下，如果没有其他链接入口，或是其他的补救措施，搜索引擎就无法知道首页之外的静态链接，当然不可能提高搜索曝光度。

要了解 SEO 的第一件事情，就是要认识到只有内容还不行，还需要依靠正确的网站结构，而且这个结构要随着搜索引擎的演变而不断进行调整。SEO 不等于内容营销，只有内容也不一定能够增加搜索曝光度。SEO 的核心概念是“内容为王、结构为后”，就是把正确的关键词适当地安排于网站内容中，并且以搜索引擎喜爱的网址结构、目录结构、标记结构等方式呈现出来。

了解 SEO 的第一件事情，就是要认识到只有内容是不够的，还需要正确的网络结构，而且这种结构能随着搜索引擎的演变进行调整。SEO 不等于内容营销，如果只有内容，是不能保证提升搜索曝光度。SEO 的核心概念“内容为王，结构为后”就是指把正确的关键字适当地安排在网站内容中，并且以搜索引擎喜爱的网址结构、目录结构、标记结构等方式呈现出来。

搜索引擎如果没有正确地处理你的网站，就等于根本还没有购买参加搜索比赛的入场券。有可能是因为网站结构出问题，也有可能是因为网站结构被搜索引擎误会，但是不管如何，只有网站结构让搜索引擎顺利处理后，网站内容才能够开始发挥作用。

经常更新的优秀内容和正确的网站结构不但可以作为参加搜索比赛的条件，还可以决定搜索引擎的抓取频率。让搜索引擎频繁地回访并抓取更多的网页内容，就是网站参加搜索比赛时必须积极达到的目标。许多人会有疑问：“我的网站需要被索引多少页面才能够有好的搜索排名呢？”这个问题没有一定的答案，最好的情况当然是你的页面全部都被索引，并且你的

优秀内容越多越好。但是搜索引擎不一定会索引你全部的页面，被索引的页面越多也不代表就会有好的搜索排名。图 1-5 所示的界面是 Google 管理员工具显示的索引状况，图 1-6 所示的界面是 bing 网站管理员工具显示的网站索引状况。

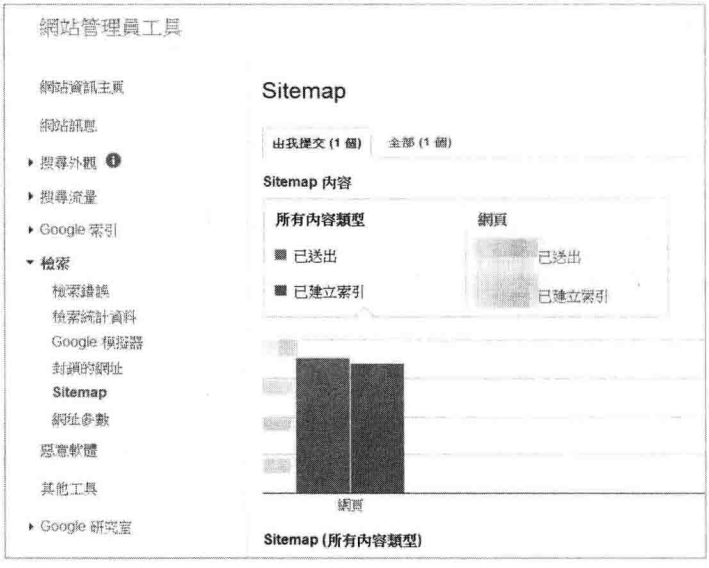

图 1-5

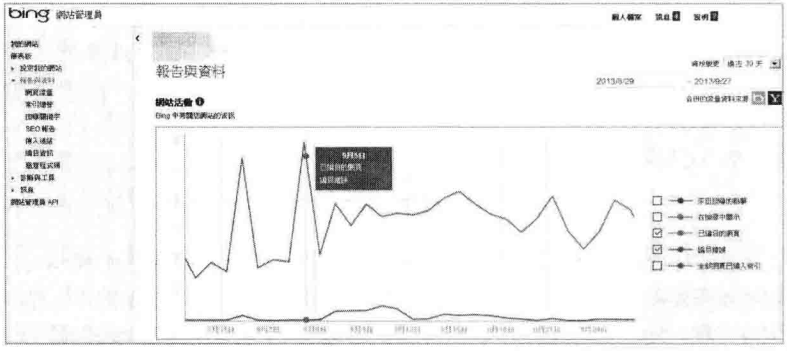

图 1-6

因为搜索引擎有太多的考虑因素，所以索引数量与搜索排名并没有特定的关系，但是如果没有办法让搜索引擎索引一定数量的页面，就等于天生体质不良，很难有好的搜索排名。而所谓一定数量到底是多少，至今尚无法界定。

例如，有些网站因为错误的 robots.txt 设定，把搜索引擎阻挡在外而减少了索引数量，或是错误的 rel=canonical 设定或是错误的转址，而使得搜索引擎不索引某些页面，这都是非常致命的错误，这类错误引起索引数目减少就会严重影响搜索排名。

为什么要让搜索引擎频繁地回访并抓取更多的网页内容？为什么抓取频率很重要？搜索引擎索引了网页并不代表会永远保存，即使保存着也不代表会参与搜索排名，即使参与搜索排名

也不一定会曝光。也就是说，你的网页要让搜索引擎多次地来回抓取，才代表它重视你的网页。

为什么搜索引擎抓取了页面还要多次来回抓取呢？因为搜索引擎不希望储存旧的内容或是错误的内容，如果搜索引擎回来抓取几次后发现数据都没有变化，就会降低回访频率；如果搜索引擎回来抓取几次后发现页面都已经不存在，就会把数据下架。

所以回访的频率对搜索排名就很重要，因为它代表了搜索引擎的重视程度。图 1-7 所示的为网站开始营运之后，让搜索引擎开始抓取，并且监测搜索引擎是否正常地回访。但是，抓取（crawling）与索引（indexing）是两回事。

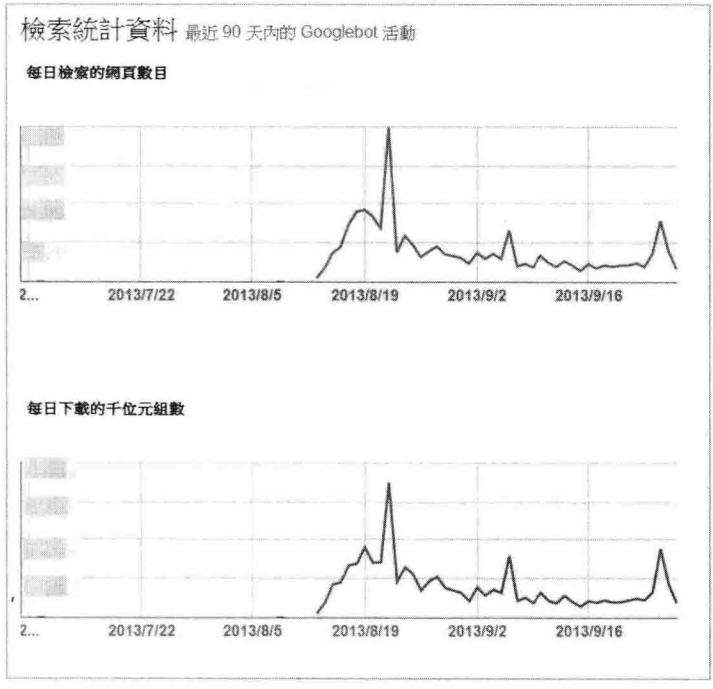

图 1-7

搜索引擎对许多网站内容都感兴趣，因此它的“爬虫”会到处抓数据，并且都是由系统自己决定抓取的对象。但是，抓取到的网页的内容不代表就会被索引，索引保存的时间长短又是另外一回事。

可以让搜索引擎去抓取你的网页，但是不能或是很难决定搜索引擎如何索引你的网页。让搜索引擎尽可能地依照你的意思去索引，就是 SEO 必须要做的事情。

robots.txt 是网站中的设定文件，主要用于告诉搜索引擎如何存取网站。rel=canonical 是标准链接元素，主要用于告诉搜索引擎应该索引的正确网址。

更详细的信息请参考第 4 章的内容。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com