

网络营销之 SEO 无敌宝典

黎 雨◎主编



网络营销决胜武器

助力飞升网站流量
实现高转化率



清华大学出版社

网络营销之 SEO 无敌宝典

黎 雨◎主编



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

网络营销之 SEO 无敌宝典/黎雨主编. --北京:清华大学出版社,2014

ISBN 978-7-302-33853-6

I. ①网… II. ①黎… III. ①网络营销 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 215907 号

责任编辑：周 菁

装帧设计：北京新业文化艺术有限公司

责任校对：王荣静

责任印制：杨 艳

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：三河市李旗庄少明印装厂

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×240mm 印 张：10.75 字 数：126 千字

版 次：2014 年 1 月第 1 版 印 次：2014 年 1 月第 1 次印刷

印 数：1~3000

定 价：28.00 元

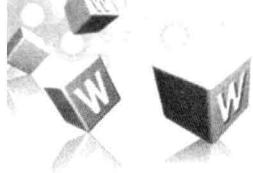
产品编号：051873-01 .

前 言

如果说网站就是一个企业的名片,那么搜索引擎优化(search engine optimization,SEO)就是让世界了解这张名片的催化剂。在这个互联网普及的时代,大家都认识到了网络营销的优越性,越来越多的网站开始了解并重视 SEO,希望能通过 SEO 来提高网站的效益。

SEO 是一项很严谨的工作,SEO 人员需要有长远的目标,把一些比较重要的 SEO 指标细化,以一丝不苟的态度分析各项数据,分别达成各个阶段的目标。SEO 是一个学习和历练的过程,SEO 人员需要保持探求者的热情,不断丰富自己的知识和经验,了解搜索引擎的算法,寻找应对策略。

本书共分为 11 章,全书理论与实际相结合,深入浅出、全面细致地分析了 SEO 实际应用的操作。第 1 章是了解 SEO,主要讲解 SEO 的发展和现状;第 2 章是搜索引擎算法分析,主要介绍搜索引擎的工作原理和几种常用算法的特点;第 3~第 7 章分别对关键词、网站结构、网站链接、网站页面、网页内容五个方面的搜索引擎优化进行了透



彻清晰的阐释;第8章讲述了目前几种常用的 SEO 作弊方式和搜索引擎对作弊的惩罚;第9章从长远发展的角度指导 SEO 人员制定各阶段目标;第10章介绍了目前较实用的几种 SEO 工具;第11章列举了一些 SEO 成功的经典案例。

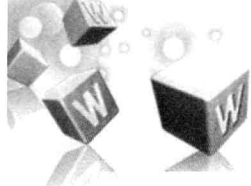
本书适合阅读人群包括将要进入或已经从事搜索引擎优化的职员、有一定 SEO 优化经验的读者、负责营销的项目主管、网站设计者、个人网站的站主,还适合电子商务专业的学生使用、学习。

本书得到了多位朋友和 SEO 同行的帮助和支持,他们的倾力相助为本书注入了更多的亮点,在此表示衷心感谢。此外,还要感谢清华大学出版社的各位编辑,感谢他们在本书的出版过程中给予的精心指导和宝贵意见。由于编者水平有限,书中难免会出现纰漏,恳请广大读者批评指正。

编 者
2013 年 12 月

目 录

第 1 章 了解 SEO	1
1.1 采用 SEO 的原因	2
1.2 搜索引擎概述	3
1.3 SEO 的境界	8
第 2 章 搜索引擎算法分析	9
2.1 搜索引擎的工作原理	10
2.2 搜索引擎的抓取算法	11
2.3 搜索引擎的排序算法	13
2.3.1 词频位置加权排序算法	13
2.3.2 HITS 算法	14
2.3.3 李彦宏的超链分析专利	15



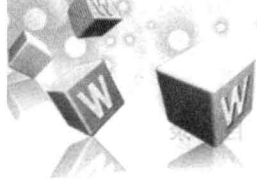
第 3 章 多重视角关键词	17
3.1 我们和搜索引擎眼中的关键词	18
3.2 关键词的密度和分布	19
3.2.1 什么是关键词密度	19
3.2.2 关键词密度对网站排名的影响	19
3.2.3 关键词出现的位置和形式	20
3.2.4 怎样提高关键词的密度	21
3.3 顶级关键词	21
3.4 二级关键词	22
3.5 长尾关键词	23
3.5.1 什么是长尾关键词	23
3.5.2 长尾关键词的选择	24
3.6 关键词排名的背后	27
3.6.1 最多元：影响关键词排名的因素	27
3.6.2 最单纯：自然排名与竞价排名	28
3.6.3 最智慧：关键词的竞争判断	30
3.7 关键词的内部竞争	32
第 4 章 怎样让网站从结构上更易于搜索	35
4.1 网站结构概述	36
4.1.1 物理结构	36
4.1.2 逻辑结构	39
4.2 网站结构优化原则	40
4.2.1 物理结构优化	40
4.2.2 逻辑结构优化	42

4.3 域名和 URL	42
4.3.1 域名优化	43
4.3.2 静态 URL	45
4.3.3 动态 URL	46
4.3.4 伪静态	47
4.4 网站地图	47
4.4.1 网站地图简介	47
4.4.2 网站地图的作用	48
4.4.3 网站地图的优化	50
第5章 网络新时代需要有价值的链接	51
5.1 内部链接：全站信息一呼百应	53
5.1.1 内部链接的作用	54
5.1.2 优化网站导航	56
5.1.3 制作面包屑导航	57
5.2 外部链接：取长补短、互惠共赢	58
5.2.1 外部链接的作用	59
5.2.2 与内容相关的外部链接	60
5.2.3 外部链接建设注意事项	62
5.3 锚文本链接：过犹不及、有效设置	63
5.3.1 锚文本链接的作用	63
5.3.2 锚文本链接的优化	64
5.3.3 锚文本链接的注意事项	65
5.4 妙用 404 页面化解死链接尴尬	67
5.4.1 死链接的出现和处理	67



5.4.2	404 页面的优化	68
5.4.3	404 页面设置注意事项	70
第 6 章 网页优化		73
6.1	代码优化	74
6.1.1	Div+Css 布局	74
6.1.2	减少 JavaScript 代码使用	75
6.1.3	清理垃圾代码	75
6.2	标签优化	76
6.2.1	标题标签	76
6.2.2	关键词密度	77
6.2.3	描述标签	77
6.2.4	H 标签	77
6.2.5	Strong 标签、Em 标签、U 标签	78
6.3	图片优化	78
6.3.1	图片相关性	78
6.3.2	图片名	78
6.3.3	Alt 标签	79
6.3.4	优化图片大小	79
6.3.5	图片水印	81
6.4	音频优化	82
6.5	Flash 优化	83
第 7 章 利用有内涵的内容吸引人气		85
7.1	原创文章	86

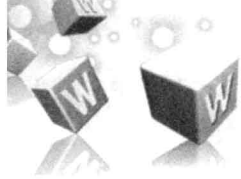
7.1.1 分类撰文	86
7.1.2 关键词和链接的投放	87
7.1.3 热点评论	87
7.1.4 定期更新	88
7.2 利用新兴媒体吸引关注	88
7.2.1 博客	89
7.2.2 微博	89
第 8 章 急功近利——SEO 作弊	91
8.1 白帽、黑帽、灰帽	92
8.2 SEO 作弊的手法	92
8.2.1 关键词堆砌	93
8.2.2 隐藏文字	93
8.2.3 隐藏链接	95
8.2.4 隐藏页面	96
8.2.5 桥页	96
8.2.6 垃圾链接	97
8.3 SEO 作弊的代价——惩罚	98
8.4 SEO 作弊被惩罚后采取的善后措施	99
第 9 章 SEO 是一项长期的工程	101
9.1 预期目标设定	103
9.2 阶段检测和分析	104
9.3 修正 SEO 方案	106



第 10 章 他山之石，可以攻玉	107
10.1 Alexa	108
10.2 雅虎站长工具	110
10.3 site 命令	111
10.4 百度指数	113
10.5 百度统计	115
10.6 站长工具网	116
10.7 追词助手	119
10.8 火狐 SEOQuake 插件	121
 第 11 章 SEO 成功案例	125
11.1 搜索引擎营销助力，奥巴马胜选	126
11.2 7 天连锁酒店——经济型酒店的领头羊	129
11.3 4399 小游戏网站 SEO 案例分析	135
11.4 电子商务 SEO 案例分析之淘鞋网	139
 附 录 SEO 常用专业术语	143
参考文献	157

第 **1** 章

● 了解 SEO ●



1.1 采用 SEO 的原因

企业网站，就是企业在互联网上进行网络建设和形象宣传的平台。企业网站就相当于一个企业的网络名片，不但对企业的形象是一个良好的宣传，同时可以辅助企业的销售，甚至可以通过网络直接帮助企业实现产品的销售，企业可以利用网站来进行宣传、产品资讯发布、招聘等。企业网站的作用就是展现公司形象、加强客户服务，完善网络业务以及与潜在客户建立商业联系。随着网络的发展，出现了以提供网络资讯为赢利手段的网络公司，通常这些公司的网站上提供人们生活各个方面的资讯，如时事新闻、旅游、娱乐、经济等。

但是，目前 80% 的网站都还只停留在“名片”的阶段，很多人期待某年某月某日顾客通过搜索公司名字而找到自己的网站，还有一些人认为搜索网址被收录，搜索网站全名被收录，就可以为网站优化了。其实不然，试着搜索下本行业，是否能在前 5 页之内找到您的网址？如果找不到，做了网站（企业、公司、机构）又有何意义？

企业在网上建立网站，是为了让更多的用户和合作伙伴知道，这就是网站推广的意义所在。企业网站建好以后，如果不进行推广，那么企业的产品与服务在网上就仍然不为人所知，起不到创造收益的作用。所以企业在一边建立网站时就一边着手准备推广自己的网站，这才是明智之举。

通过搜索引擎优化（SEO），可以让企业更完整、更系统地展现企业文化，让网站这张“名片”从架构、感观、用户体验等各方面更加

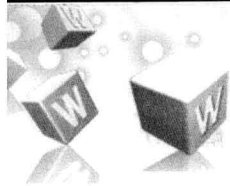
富有涵养。

通过 SEO，可以让搜索引擎尽可能多地收录企业网站信息，获得很好的搜索引擎排名。让潜在客户轻而易举地看到企业的网站和产品信息，从而使网站获得较高的流量，同时提高网站的黏性，进而为企业带来声誉和财富，达到最佳转化率。

1.2 搜索引擎概述

所有搜索引擎的祖先，都是 1990 年由蒙特利尔（Montreal）的麦吉尔大学（McGill University）3 名学生（Alan Emtage、Peter Deutsch、Bill Wheelan）发明的 Archie（Archie FAQ）得来的。Alan Emtage 等人想开发一个可以用文件名查找文件的系统，于是便有了 Archie。Archie 是第一个自动索引互联网上匿名 FTP 网站文件的程序，但它还不是真正的搜索引擎，它只是一个可搜索的 FTP 文件名列表，用户必须输入精确的文件名搜索，然后 Archie 会告诉用户哪一个 FTP 地址可以下载该文件。由于 Archie 深受欢迎，受其启发，美国内华达州的 System Computing Services 于 1993 年开发了一个 Gopher（Gopher FAQ）搜索工具 Veronica（Veronica FAQ）。Jughead 是后来另一个 Gopher 搜索工具。

1993 年年初，斯坦福大学（Stanford University）的 6 名学生想用分析字词关系，以对互联网上的大量信息作更有效地检索。到 1993 年年中，这已是一个完全投资项目，他们还发布了一个供 Webmasters 在自己网站上使用的搜索软件版本，后来被叫作 Excite for Web Serv-



ers。

1993 年, Matthew Gray 开发了 World Wide Web Wanderer, 这是第一个利用 HTML 网页之间的链接关系来检测万维网规模的“机器人”(Robot) 程序。开始, 它仅仅用来统计互联网上的服务器数量, 后来也能够捕获网址 (URL)。

1994 年 4 月, 斯坦福大学的两名博士生, 美籍华人杨致远 (Jerry Yang) 和 David Filo 共同创办了 Yahoo! (雅虎)。随着访问量和收录链接数的增长, Yahoo! 目录开始支持简单的数据库搜索。因为 Yahoo! 的数据是手工输入的, 所以不能真正被归为搜索引擎, 事实上只是一个可搜索的目录。雅虎公司于 2002 年 12 月 23 日收购 inktomi, 2003 年 7 月 14 日收购了包括 Fast 和 Altavista 在内的 Overture, 2003 年 11 月, 雅虎全资收购 3721 公司^①。

1994 年年初, 华盛顿大学 (University of Washington) 的学生 Brian Pinkerton 开始了他的小项目 WebCrawler。1994 年 4 月 20 日, WebCrawler 正式亮相时仅包含来自 6 000 个服务器的内容。WebCrawler 是互联网上第一个支持搜索文件全部文字的全文搜索引擎, 在它之前, 用户只能通过 URL 和摘要搜索, 摘要一般来自人工评论或程序自动提取正文的前 100 个字。

1994 年 7 月, 卡内基-梅隆大学 (Carnegie Mellon University) 的 Michael Mauldin 将 John Leavitt 的蜘蛛 (Spider) 程序接入到其索引程序中, 创建了 Lycos。除了相关性排序外, Lycos 还提供了前缀匹配和字符相近限制, Lycos 第一个在搜索结果中使用了网页自动摘要, 而最

^① 3721 公司成立于 1998 年, 一直专注于中文上网服务, 是中文上网服务的开创者和行业领导者。由奇虎公司的创始人周鸿祎创办, 并最终 1.2 亿美元卖给雅虎公司。

大的优势还是它远胜过其他搜索引擎的数据量。

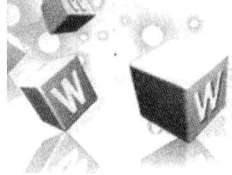
1994 年年底, Infoseek 正式亮相。其友善的界面, 大量的附加功能, 使之和 Lycos 一样成为搜索引擎的重要代表。

1995 年, 一种新的搜索引擎形式——元搜索引擎 (Meta Search Engine) 出现了。用户只需提交一次搜索请求, 由元搜索引擎负责转换处理后提交给多个预先选定的独立搜索引擎, 并从各独立搜索引擎返回的所有查询结果, 集中起来处理后再返回给用户。

第一个元搜索引擎是华盛顿大学硕士生 Eric Selberg 和 Oren Etzioni 的 Metacrawler。元搜索引擎概念上非常好听, 但搜索效果始终不理想, 所以没有哪个元搜索引擎有过强势地位。

1995 年 12 月, 美国 DEC 公司正式发布 AltaVista。AltaVista 是第一个支持自然语言搜索的搜索引擎, 第一个实现高级搜索语法的搜索引擎 (如 AND、OR、NOT 等)。用户可以用 AltaVista 搜索新闻组 (newsgroups) 的内容并从互联网上获得文章, 还可以搜索图片名称中的文字、搜索 Titles、搜索 Java applets、搜索 ActiveX objects。AltaVista 也声称是第一个支持用户自己向网页索引库提交或删除 URL 的搜索引擎, 并能在 24 小时内上线。AltaVista 最有趣的新功能之一, 是搜索有链接指向某个 URL 的所有网站。在面向用户的界面上, AltaVista 也作了大量革新。它在搜索框区域下放了 “tips” 以帮助用户更好地表达搜索式, 这些小 “tips” 经常更新, 这样, 在搜索过几次以后, 用户会看到很多他们可能从来不知道的有趣功能。这一系列功能, 逐渐被其他搜索引擎广泛采用。1997 年, AltaVista 发布了一个图形演示系统 LiveTopics, 帮助用户从成千上万的搜索结果中找到想要的信息。

1996 年 5 月 20 日, Inktomi 公司成立, 强大的 HotBot 出现在世人



面前。声称每天能抓取索引 1 千万页以上，所以有远超过其他搜索引擎的新内容。HotBot 也大量运用 cookie 储存用户的个人搜索喜好设置。

1996 年 8 月，搜狐公司成立，制作中文网站分类目录，曾有“出门找地图，上网找搜狐”的美誉。随着互联网网站的急剧增加，这种人工编辑的分类目录已经不适应。为此 2004 年 8 月搜狐公司创建独立域名的搜索网站“搜狗”，自称“第三代搜索引擎”。

1997 年 8 月，Northernlight 搜索引擎正式现身。它曾是拥有最大数据库的搜索引擎之一，它没有 Stop Words，它有出色的 Current News、7 100 多出版物组成的 Special Collection、良好的高级搜索语法，第一个支持对搜索结果进行简单的自动分类。

1998 年 10 月之前，Google 只是斯坦福大学的一个小项目 Back-Rub。1999 年 2 月，Google 完成了从 Alpha 版到 Beta 版的蜕变。Google 公司则把 1998 年 9 月 27 日认作自己的生日。Google 以网页级别（Pagerank）为基础，判断网页的重要性，使得搜索结果的相关性大大增强。Google 公司的奇客（Geek）文化氛围、不作恶（Don't be evil）的理念，为 Google 赢得了极高的口碑和品牌美誉。2006 年 4 月，Google 宣布其中文名称为“谷歌”，这是 Google 第一个在非英语国家起的名字。

2000 年 1 月，两位北京大学的校友，超链分析专利发明人、前 Infoseek 资深工程师李彦宏与好友徐勇（加州伯克利分校博士后）在北京中关村创立了百度（Baidu）公司。2001 年 8 月发布百度搜索引擎 Beta 版（此前 Baidu 只为其他门户网站搜狐、新浪、Tom 等提供搜索引擎），2001 年 10 月 22 日，百度正式发布 Baidu 搜索引擎，专注于中文搜索。

Baidu 搜索引擎的其他特色包括：百度快照、网页预览/预览全部