

- ◎ 足不出户，利用网络轻松赚大钱！
- ◎ 简单容易，一个月轻松搞定！
- ◎ 号称“**SEO第一人**”王通先生的力作！

# SEO

## 网络赢利的秘密

——我是怎样通过网络挣到100万的

王 通 编著

全球亿万人通过搜索引擎google、baidu获取信息，排名越靠前被浏览的次数越多，怎样让信息免费获得最好的排名？请看号称“中国SEO第一人”王通先生的秘笈。

购买本书的读者请加作者QQ：226029，前1000名可以**免费索取**价值千元的《网络推广视频教程》一套。



清华大学出版社

# SEO 网络赢利的秘密

——我是怎样通过网络挣到 100 万的

王 通 编著

清华大学出版社

北 京





## 内 容 简 介

每天,全世界的人都在使用搜索引擎查找自己需要的信息,只要你的网页能够排在靠前的位置,人们就能够快速找到它。SEO就是这样一种技术,它帮助你对自己的网站进行优化调整,然后不花一分钱就可以使其在各大搜索引擎中获得较好的排名,从而为你的网站带来源源不断的流量和客户。本书教你的就是这种技术,只要你认真学习,只需一个月,就可以轻松掌握。

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 网络赢利的秘密/王通编著. —北京:清华大学出版社,2010.6

ISBN 978-7-302-22597-3

I. ①S… II. ①王… III. ①互联网络-情报检索-市场营销学 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 072881 号

责任编辑:刘利民

版式设计:杨 洋

责任校对:张彩凤

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

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](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈:010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:150×230 印 张:13.75 字 数:174 千字

版 次:2010 年 6 月第 1 版 印 次:2010 年 6 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:29.00 元

---

产品编号:035648-01

# 自序

——我是如何白手起家赚到第一桶金的

利用网络赚钱真的很简单！

按照本书的方法，你也可以白手起家，通过自己的努力迅速赚到第一桶金！

这不是夸张的宣传，而是经过上千个成功案例验证的。

- 我个人是用这套方法白手起家成为百万富翁的。
- 我将这套方法在 2005 年制作成电子书，以 1200 元的高价销售了两千多套，过去几年中，很多读者的成功验证了其实用性。
- 从 2007 年，我开始通过公开课传授这套方法。目前，公开课已经开展了 36 期，学员超过了 600 名，这些学员听我一天课程的成本是 3600 元，而他们中认真执行的现在都成了富翁。虽然我们的学费越来越高，但是每期的学员却越来越多。
- 大家熟悉的腾讯、慧聪、金山软件、IT168 和中青旅等公司给我几十万元咨询费，让我为他们提供指导，指导方法都在本书中。

为什么利用网络赚钱很容易呢？其实，世界上的赚钱手段有 3 种，搞投资就是让你的钱帮你赚钱，除了这一项外，不管是卖服务，还是卖产品，都逃不过一个“卖”字。所以，营销大师科特勒说：“商业的核心是营销。”

通过本书中的方法，我能够让你实现的是，不管你做何种行业都不缺

客户，并且是客户主动找上门！这可能么？如何实现呢？请记住这句话：很多事情都很简单，只是你暂时不懂得方法！

如果上网，你肯定每天都在使用 Google 等搜索引擎，世界上所有上网的人和你一样通过它查询资料、查找合作伙伴和自己需要的任何信息。我的方法可以让你的网站不花一分钱，就可以在 Google 中获得非常好的排名。只要你的网站排在第一页，不管你是卖什么的，客户都会源源不断地找上你。很多人认为这是一种技术，其实这只是一种方法，没有太多技术含量，随便一个会上网的人，我一天就可以教会他这种方法，该方法叫 SEO。

SEO 行业在国外很早就有了，它是网络营销中最重要的的一种网站推广方法。我在 2001 年开始关注 SEO，在之后的两年中，我试过了无数的网站推广方法，最后发现它是最有效的一种，于是我经常把自己的一些实战经验写出来分享给网友。2003 年，北京一个传统行业的老板费了很大周折找到了我，让我帮他的网站做优化，提高排名，并且愿意付费，我就用业余时间帮他做了，而且效果非常好。发现了这个市场需求之后，我就在自己的电子商务指南网站挂上了这个服务介绍，没想到一直有客户找我，那一个月我就很轻松地做了 5 个这样的客户。

2003 年 11 月我注册成立了一家公司，专门提供搜索引擎优化服务，它是中国第一家专业的 SEO 公司。公司正式成立后，我的客户就没有断过，平均每天接到最少 20 个客户的咨询电话和 E-mail，甚至在凌晨 3 点也会接到咨询电话。算下来，那时每月都有超过 600 个客户来咨询，但是每月真正接的客户都是 10 个左右，因为我们的精力实在太有限了。

从 2005 年开始，我将公司的服务业务重新做了调整，不再接小客户



了，专门做大客户，而且不做单一的搜索引擎优化，而是做整体的网络营销策划。这样，我们可以帮客户做得更加全面，让客户感觉到更实在的效果，才会给我们更高的价格。2005年后接的几个客户中有两个，都是我们向他们报了一个价格，然后他们又主动加了价。目前，我们给自己定了一个标准：10万以下的单子不接。为什么这样做呢？因为我发现，搞服务和卖产品是不同的，卖产品求的是量大，必须走低端才能量大，但搞服务必须走高端，如果走低端的话，客户越多就会越累，把自己累死了也赚不了多少钱。

不过对于刚刚创业的人，在没有足够的资源时，创新的、走低端客户的成本非常低，而且容易入门。例如我的一些客户的员工在和我们合作时留了些心，跟着我们学了不少东西，然后没多久就辞职自己干，甚至很多东西都是抄袭我们的，他们这种行为虽然有点不道德，但是他们还是比较聪明的，加上也比较努力，基本上是白手起家，很快可以月收入上万元，然后开自己的公司。

2005年3月份，我开始写这本书，第一次写成花了半个多月时间，写完后我很快又把自己写的东西否定了，因为我发给了几个朋友看，他们都是看了会儿就说看不懂。我站到普通读者的角度去看这本书时，也发现写得太正规、太专业了，不太熟悉本行业的人一般都不懂一些学术术语，肯定是看不了几页就会感觉头大，这样的话，他们就会觉得这种技术非常高深，而且很难在短时间内学会。通过分析发现，我以前写过的文章中，最受欢迎的都是一些语言非常通俗，甚至有不少错别字的文章，那些写得很正规的、在知名传统媒体发表过的文章放到网上后，看的人反而很少。于

是我花了 3 天时间，简化了书稿内容，并且采用了聊天似的通俗易懂的语言，接着又调整了内容的顺序，因为我想追求一种效果，让读者一看就会发现利用网络赚钱很容易，意识到学习搜索引擎优化技术有了正确的思路的话也很简单。

本书的第 1 章，我总结了自己的经验，写了 3 种与搜索引擎优化相关的赢利模式，这 3 种模式都是我自己和身边的朋友目前正在做的。

第一种模式就是和我最初一样，做搜索引擎优化服务，一个客户一般可以收 5000 元以上的服务费用。有一些基础的读者可以在半个月内学会书中的知识，3 个月时间里，只要做两三个客户，就可以收到书价 100 倍以上的回报，很实在！

在 3 种赢利模式中，第一种是靠服务赚钱，有点累，不过它成本最低，而且最容易，如果营销做得非常好，客户又是大公司，通过你的营销可以帮他们赚更多的钱，一个客户收几十万元是很正常的。如果自己已经有了一定的资源，如一个网络公司，已经有一定的客户资源，这个服务作为相关服务或者新服务来开展，赚的钱就更多了。如果直接是一家传统企业，不只可以节省不少推广费用，而且通过网络带来的收入也是丰厚的。

中国目前有几千个非常自由的个人站长，他们就是每天睡大觉，每月最少收入都有几万元，其中最有名的就是 hao123 的站长，初中没毕业，20 岁出头，靠 hao123 的广告收入，每年收入都有上千万。这就是第二种模式，当能力达到一定阶段时，你不用把自己当成赚钱的“机器”，你可以去制造“机器”，让“机器”帮你赚钱。

第三种模式是教大家如何和传统企业合作，低成本创业，低成本开公



司，用网络营销策略和品牌策略无风险创业。

第1章之后，我介绍了如何快速学习和做排名，并且以案例的形式告诉大家什么方法最简单，最关键的几个点是什么等。

为什么这样安排呢？因为我觉得有一个这样的现象：很多懂技术的并不能让技术很好地帮他赚钱，所以我认为，虽然学习技术很重要，但是学习利用技术赚钱的策略更加重要。如果你只想打工，学习技术就够了；如果你想做老板，学习利用技术赚钱的策略比什么都重要。因为当老板的并不是什么技术都会的人，但是他们都知道如何利用技术去赚钱。

当然，你在什么都没有时，最好既有技术，又有利用技术赚钱的策略，只有这样，才能真正做到无风险白手起家。

为了配合读者的学习，每位买书的读者都会获赠一个VIP论坛账号，通过这个账号可以登录我们的收费论坛，不断获得最新的资料，并且还可以和其他的学员交流并交换资源。

在用人方面，有这么一句话：真正的人才是免费的，因为他为公司创造的价值已经远远高出了他的薪水。对于经验也一样，如果我的经验可以帮网友少走很多弯路，在今后的时间里很实在地赚到很多钱的话，一切都变得非常自然了。

当然，看教程学习没有通过老师指导学习效率高，如果你想一天之内掌握SEO的秘诀，然后通过一个月的实践做一个SEO案例，并且快速赚到钱，建议你参加我们的SEO赚钱培训。订座电话为010-82865151，网址为[www.seo.net.cn](http://www.seo.net.cn)。



# 目 录

- 第 1 章 如何利用搜索引擎优化赚钱 ..... 1
  - 1.1 提供搜索引擎优化服务 ..... 1
    - 1.1.1 模式分析 ..... 1
    - 1.1.2 成本分析 ..... 2
    - 1.1.3 操作流程 ..... 2
    - 1.1.4 注意事项 ..... 6
  - 1.2 逆向思维——利用 SEO 赚网络广告费 ..... 7
    - 1.2.1 模式分析 ..... 7
    - 1.2.2 成本分析 ..... 7
    - 1.2.3 操作思路 ..... 8
    - 1.2.4 实战案例 ..... 9
  - 1.3 低成本、无风险创办贸易公司 ..... 18
    - 1.3.1 模式分析 ..... 18
    - 1.3.2 操作流程 ..... 18
    - 1.3.3 实践案例 ..... 20
- 第 2 章 什么是搜索引擎优化 ..... 25
  - 2.1 神奇的搜索引擎 ..... 25
    - 2.1.1 搜索引擎可以帮你获得自信 ..... 25
    - 2.1.2 搜索引擎的发展历史 ..... 27
    - 2.1.3 知名搜索引擎介绍 ..... 29
  - 2.2 如何使用搜索引擎 ..... 31
  - 2.3 搜索引擎优化 ..... 38
    - 2.3.1 如何开展搜索引擎优化 ..... 39
    - 2.3.2 搜索引擎优化的重要性 ..... 40
    - 2.3.3 搜索引擎优化介绍 ..... 44

2.3.4	搜索引擎广告介绍 .....	48
<b>第 3 章</b>	<b>SEO 基础 .....</b>	<b>53</b>
3.1	学习 SEO 需要具备的基础知识 .....	53
3.2	影响搜索引擎排名的基本因素 .....	59
3.2.1	服务器空间 .....	59
3.2.2	网站导航结构 .....	61
3.2.3	域名和文件名 .....	62
3.2.4	网页标题 title 和 meta 标签 .....	64
3.2.5	优秀的网页内容 .....	66
3.2.6	关键词密度和位置 .....	67
3.2.7	反向链接 .....	69
3.2.8	PageRank 值 .....	71
3.2.9	robots.txt 和 Robots META 标签 .....	74
3.3	对搜索引擎排名不利的因素 .....	81
3.3.1	框架网页 .....	81
3.3.2	Flash 网页 .....	88
3.3.3	不可见的导航 .....	89
3.3.4	代码混乱 .....	93
3.3.5	动态网页 .....	96
3.3.6	检查基于 cookies 的导航栏 .....	103
3.3.7	其他注意事项 .....	106
3.4	关键词选择 .....	107
3.4.1	关键词的重要性 .....	107
3.4.2	选择关键词的原则 .....	110
3.4.3	选择关键词的方法 .....	110
3.4.4	各类网站的关键词选择策略 .....	117
<b>第 4 章</b>	<b>从营销的角度建设站点 .....</b>	<b>119</b>
4.1	创建搜索引擎友好的页面 .....	119
4.1.1	建站准备 .....	119
4.1.2	策划你的网站 .....	121

4.1.3	网页的设计和制作 .....	123
4.1.4	明白搜索引擎所看到的内容 .....	127
4.1.5	制作网站的捷径 .....	129
4.2	作弊行为面临的后果 .....	129
4.3	内容制胜策略 .....	133
<b>第 5 章</b>	<b>把网站加入搜索引擎索引和地址目录 .....</b>	<b>139</b>
5.1	让搜索引擎收录你的页面 .....	139
5.1.1	为什么没有收录你的页面 .....	139
5.1.2	增加链接 .....	140
5.1.3	关注主要的搜索引擎 .....	141
5.1.4	使用付费索引 .....	143
5.1.5	向次要的搜索引擎提交 .....	144
5.1.6	使用第三方提供的注册登记服务和软件 .....	145
5.2	向地址目录提交网站 .....	146
5.2.1	理解地址目录与搜索引擎的不同 .....	146
5.2.2	为什么地址目录意义重大 .....	147
5.2.3	向地址目录提交 .....	148
5.2.4	向第二层次的地址目录提交 .....	150
5.3	向更多的地方提交你的网站 .....	151
5.3.1	使用清晰的描述 .....	151
5.3.2	寻找专业的目录 .....	152
5.3.3	使用黄页 .....	153
<b>第 6 章</b>	<b>网站提交后的策略 .....</b>	<b>155</b>
6.1	广泛使用链接提高网站排名 .....	155
6.1.1	为什么搜索引擎喜欢链接 .....	155
6.1.2	网页值 PR .....	156
6.1.3	Hub 和接邻因素 .....	163
6.1.4	避免无价值的链接 .....	164
6.1.5	用关键字作链接 .....	166
6.1.6	链接的一些基本规则 .....	167



6.2	建立反向链接 .....	168
6.2.1	规范好你的链接式样 .....	168
6.2.2	链接建设, 步步为营 .....	169
6.2.3	谁来做链接工作 .....	178
6.3	点击付费广告 .....	178
6.3.1	什么是点击付费广告 .....	178
6.3.2	PPC 的特点 .....	179
6.3.3	PPC 广告原则 .....	179
6.3.4	Google AdWords 投放 .....	180
6.3.5	百度关键词广告 .....	189
6.4	搜索引擎优化工具介绍 .....	194
6.4.1	Google PR 值和搜索引擎收录数据查询工具 .....	194
6.4.2	Google 工具条 .....	195
6.4.3	9959 企业网站系统 .....	196
6.4.4	关键词密度分析工具 .....	198
6.4.5	SEO 网店系统 .....	199
6.4.6	网站地图制作软件 .....	200
6.4.7	Google Dance 查询工具 .....	200
6.4.8	网络营销分析系统 .....	200
6.4.9	关键词分析工具 .....	202
6.4.10	百度关键词指数工具 .....	203
6.4.11	英文关键词建议工具 .....	203
6.4.12	相关参考网站 .....	204

# 第 1 章 如何利用搜索引擎优化赚钱

## 1.1 提供搜索引擎优化服务

### 1.1.1 模式分析

因为国内大部分的网站都是病态的，这些网站想发挥营销作用必须经过专业的 SEO 对其网站进行整体优化，然后配合有效的搜索引擎优化等方法把网站推广出去，才能真正地帮助企业带来订单，帮企业赚钱。所以，SEO 的市场需求非常得庞大。

从 2003 年开始，国内开始出现了专业的搜索引擎优化公司和个人工作室。目前，国内提供搜索引擎优化服务的个人工作室的月收入最低都在万元以上，搜索引擎优化服务公司的月收入大多都在十万元以上。

目前，提供搜索引擎优化服务的收费，每个客户最低都在 3000 元以上，而知名的搜索引擎优化服务公司则为 10 万元以上。如果从今天开始，你能够努力学习本书中的内容，认真地在网站上与其他网友交流，并且多多实践，1~3 个月内，你就可以熟练掌握搜索引擎优化，拥有搜索引擎优化的本领后，你就可以以个人工作室的名义或与相关的网络公司合作提供搜索引擎优化服务，只需要做一个客户，你就可以获得投资购买本书成本的 100 倍以上的回报。

90%以上的企业网站都处于半死不活的状态之中，它们在等着你去优化，提高其在搜索引擎中的排名，给它们生命力，从而能够很实在地帮企业去赚钱。

### 1.1.2 成本分析

如果以个人工作室的名义来开展业务，则成本非常低，你只要拥有可以上网的电脑、业务联系的电话和传真机等，就可以开始创业了。

如果你没有钱投资一个个人工作室，可以找一家你熟悉的网络公司合作，他们提供办公环境和一定的客户源，你只要认真服务，然后和他们利润分成就可以轻松赚到超过普通工资的收入。

### 1.1.3 操作流程

#### 1. 通过客户渠道获得客户资源

做业务首先要考虑如何获得客户。客户从哪里来呢？这里给你提供带来客户的思路。

##### (1) 建立一个业务介绍站点

如果是自己做搜索引擎优化服务的，首先就应该利用搜索引擎把自己的服务营销出去，那么建立一个业务介绍站点就是最基本的。通过对自己站点的推广，你可以先积累一定的实战操作经验，客户出现后，就可以更加顺手地开展工作。



## （2）找相关的网络公司合作

如果你有熟悉的网络公司，可以直接找他们谈合作。一般而言，运营时间超过一年以上的网络公司都会积累不少客户，直接开发他们的老客户会比开发新客户更加容易。

## （3）到专业论坛寻找客户

中国 SEO 协会网站（[www.seo.org.cn](http://www.seo.org.cn)）是国内目前最大的 SEO 学习交流网站，经常会有许多企业专门到上面寻找搜索引擎优化服务商。

## 2. 客户洽谈

要在最短的时间内获得客户的信任，就要用最通俗易懂的语言让客户明白搜索引擎排名的效果。对于传统企业客户，可以打这样的比喻：“网站就像商店，没有经过优化的网站就像把店开到了山沟中，尽管你的产品不错，但是别人根本找不到你的店。网站优化之后，可以很快在各大搜索引擎上获得较好的排名，就好像把自己的店搬到了闹市区，每天都会有许多人来逛，生意才能好，网站才能帮企业赚钱。”

为了更好地获得客户的信任，你可以直接在电脑前给客户演示，问客户想找什么，然后教客户如何利用搜索引擎查找自己需要的资料，一般用户肯定会选择查看前几页相关的内容，这时候你才说排名的效果，客户就会非常轻松地理解了。为了增加趣味性，你还可以搜索客户的名字，搜索结果中肯定会出现很多与客户名字相同的人的相关新闻，会使客户非常惊奇，只要客户有兴趣了，什么都好谈。

同时，告诉你一个非常重要的理念：你自己非常熟悉的，觉得非常简单的事情，对于有些人来说，却是非常有价值的，例如上面举的搜客户名

字的例子。

让客户好奇，使其觉得认识你可以学习到一些有用又有趣的知识，客户就会喜欢与你交往。让客户喜欢你，卖什么都会变得非常容易。

### 3. 分析客户网站和排名的难易度

#### (1) 客户网站分析

客户网站分析是按照 SEO 的标准来分析客户网站存在的各种不利于排名的因素。通过学习后面的技术，你可以了解影响排名的 8 大因素，从而可以轻松地帮客户进行分析。

#### (2) 排名工作难易度分析

排名工作难易度主要通过以下几个因素来分析判断。

- 目前排名前 10 位的网站的营销基础，如 PR 值的高低、网站是否符合 SEO 等。
- 搜索结果和右侧广告的数量。

做第一个客户之前，你要先用自己学习的知识多分析一些目标排名非常好的网站，然后总结一下，以积累经验。随着经验的积累，你诊断分析网站的能力就会越来越强（从事 SEO，建议你每天最少要分析 5 个以上的网站）。

### 4. 服务报价

你可以根据以下几个因素来报出合理的价格。

- 估算一下你能够给客户带来多高的价值，要让客户的钱花得值是我们做 SEO 服务的基础。

- 通过和客户试探性的交流判断客户的承受能力。
- 自己所做的工作量的大小。

另外，也可以借鉴我最早提供的 SEO 服务的报价策略。

我最早做 SEO 是出于兴趣，做事总是站到客户的角度去思考，思考如何能够帮客户做得更好，所以总是先和客户沟通。因为沟通得很好，之后谈到价格时，我就让客户自己来报。当然，有的客户报得高，有的客户报得低。不过无所谓，做服务的成本主要就是时间成本，帮客户做好一定不会有错。客户自己报的价格，会出得心甘情愿，所以谈成功的比例会比较高。

## 5. 签订合同

客户谈定之后，签订合同就非常轻松了，不过合同一定要做得正规一些，再多花几块钱买一个漂亮的、上档次的合同夹包装一下，这样可以让客户感觉你更加专业，增加对你的信任感。

我们以前用过的一些合同样本，大家可以到 VIP 论坛 ([www.9959.org](http://www.9959.org)) 下载后修改使用。

## 6. 收预付款

预付款的比例可以根据客户和自己的心理承受来收。我们公司一般都是先收 50%，达到客户满意效果之后再收余下的 50%。

总之，预付款必须要收，不能盲目地为了谈定客户做零预付款的事情。如果你不收预付款，客户因为没有什么付出，就不会太重视你，就算你做好了，剩下的钱也不会很容易。



## 7. 开始服务

收了客户的钱，你就要赶快工作了。按照本书的方法，系统地帮客户网站进行优化推广，一定要努力、坚持，3 个月内，肯定可以收到非常明显的效果。

## 8. 排名维护

排名上去之后，你可不要因为把客户的钱全部收到手而松懈，排名上去只是基础，长期维护排名才是关键。这时候你要加倍努力、不断改进，让客户真正赚到钱，到第二年喜悦地来跟你续约，那才是一段工作的结束，同时也是新的合作的继续。只要和客户建立了信赖关系，赚钱的事情就会越来越多，甚至遇到与网络相关的事情，客户都会来找你。

### 1.1.4 注意事项

- 读过本书之后，你一定要努力。例如，前面提到的每天分析 5 个排名比较好的网站和 5 个排名不好的网站，如果你能够将这个习惯坚持一年以上，加上勤奋，就一定可以成为一个 SEO 高手。
- 不要盲目地接很多客户。这里告诉你一个非常重要的理念：做服务应该追求质量，而不是盲目地追求数量。要用自己有限的精力为有限的客户提供最优质的服务，这样你才能长久地发展。盲目地接太多客户，会因为精力不够而导致把所有的客户都不能做好，最终只会把自己的信誉断送掉。

## 1.2 逆向思维——利用 SEO 赚网络广告费

### 1.2.1 模式分析

利用搜索引擎优化打造一个大流量的网站后，收网络广告费是一种让许多打工族都羡慕的事情，因为这种模式有以下几个非常吸引人的特点。

- 工作时间自由，想玩就玩，想工作就工作。
- 不用很麻烦地和各种人打交道，只要能上网在任何地方都可以工作。
- 坚持下去，工作的时间会越来越来少，赚的钱越来越多，可以过有钱又有时间的快乐生活。

### 1.2.2 成本分析

利用 SEO 赚网络广告费一开始也不需要什么投入，但是要想做得更好，最好有一台自己的服务器，这样才能够做大。成本分析如下：

- 一台网络服务器，成本大概在 5000 元左右。
- 放到电信机房或者网通机房托管：5000 元/年。
- 最少 3 个月的生活费。一个新网站流量想利用搜索引擎优化快速做起来，最好需要 3 个月以上。

另外，你还需要懂得服务器管理和维护、网站制作、网站管理和熟练的上网技巧等。想利用 SEO 赚网络广告费，除需要一定的成本外，自身

的能力也是非常关键的，如果你自身没有这些本领，那就需要找一个拥有这些本领的朋友来合作了。

### 1.2.3 操作思路

#### 1. 逆向思维赚广告费的思路

目前，大家到各大论坛、站长站会看到很多站长都赚不了钱，他们赚不了钱不是因为不够勤奋，而是因为思路不对。

一般站长赚广告费都是这样的思路：做网站→搞流量→找广告。这条路让很多站长走得很辛苦、很累、很迷茫，并且成功率较低，就算少部分能够赚到钱，但过程十分漫长。如果想更容易地赚取网络广告费，你就必须学会逆向思维，只要掌握了逆向思维，你就会发现一切都会变得明了起来。

如何用逆向思维来赚取广告费，我们就需要把传统的思路反过来，步骤为：要明白自己赚什么类型的广告费→根据广告类型选择搞流量的方法→要根据广告类型和搞流量的方法来做网站。

#### 2. 选择适合自己的目标网络广告类型

目前的网络广告按照计费方式主要分以下 4 大类。

##### (1) 固定广告位

固定广告位是最传统的网络广告方式，也是按照时间计费的方式，例如，网站的某一个广告位一个月需要交多少钱。

##### (2) CPC 广告

CPC (Cost-Per-Click) 是每次点击的费用。根据广告被点击的次数收



费，关键词广告一般采用这种定价模式。

### （3）CPA 广告

CPA（Cost-Per-Action）的中文解释是每次行动的费用，即根据每个访问者对网络广告所采取的行动收费的定价模式。这种类型对于用户行动有特别的定义，包括形成一次交易、获得一个注册用户和对网络广告的一次点击等。

### （4）CPS 广告

CPS（Cost-Per-Sale）的中文解释是按销售支付方式收费，即通过联盟主网站上网络广告链接，到指定的网站购买商品或服务时，根据购买金额向联盟网站主支付事先约定费用的方式。

## 1.2.4 实战案例

逆向思维需要让我们根据广告来做网站，所以选的广告类型不同，做网站的思路都是不同的，下面举例进行讲解。

### 1. 固定广告位实例

如何靠固定广告位来轻松赚钱呢？下面先来看我的几个学生的案例。

#### （1）传奇私服发布站

在百度中搜索“传奇私服”，我的学生的网站 <http://www.sf766.com.cn/> 一直排在前几名，只要保持前 5 名，他每个月的广告收入最低在 15 万元以上，一年就有 200 万元左右的收入。

网站主界面如图 1-1 所示。网页中的每一条都是广告，虽然这个网站非常简单，但是他的收入却很高。



图 1-1

## (2) 医药招商网站

你现在到 Google 中搜索关键词“医药招商”，排在第一位的网站 [www.yy21.net](http://www.yy21.net) 是我的一个学生的，这个学生比较年轻，高中没上完就出来创业了。这个网站的广告收入一年就在 300 万元以上。

“医药招商”网站的首页如图 1-2 所示，几乎全部都是广告，并且价格非常贵，而且卖得非常好。他甚至不按月卖，而是按季度卖，要买他的一个广告位，最少一次要买一季度。网站中的一条文字链，一个季度 5000 元，一个图片广告一个季度要上万元。

## (3) 敬老院导航网

你到 Google 中搜索“敬老院”关键词，排在第一位的是我的学生做的 [www.jinglao.net](http://www.jinglao.net)，这个网站也很简单，每天只有几百个流量，但是一年也能轻松帮他赚 20 万元以上的网络广告费。网站截图如图 1-3 所示。



图 1-2



图 1-3

通过以上3个案例，我们可以总结一下这些网站的特点。



- **暴利行业。**记住“小领域，大市场”。在中国，再小的一个领域都是一个巨大的市场。上面这几个网站选择的都是非常暴利的领域，所以广告的价格能够收得比较高。
- **广告就是内容。**这类网站几乎整个网站的内容都是广告，因为广告就是内容，上这类网站的人就是为了看这些广告信息。所以广告位非常多，广告位多，卖的钱自然也多。
- **排名都非常好。**选择的行业非常好，广告位也非常多，如何才能卖出去呢？那就是你的关键词排名要好。如“医药招商”网站，关注这个领域的人只要搜索一下，就会立刻找到这个网站。因为这个网站排在第一位，所以很多药厂都认为这个网站是医药招商领域的代表性网站，投放广告时就会首先考虑这个网站。同时，由于这个网站核心关键词排名比较好，通过搜索引擎带来的都是质量非常高的流量，所以广告的效果也非常好。因此，关键词排名好是一个最重要的前提。

在我们身边存在着非常多的、比较小的暴利领域，这些领域平时几乎都被我们忽视，但是它们在整个中国的规模是比较大的。想想你身边有哪些行业？非常多，这里只举一个简单的例子“起名”。我们用百度指数（<http://index.baidu.com>）发现这个词的搜索量非常大，如图 1-4 所示。

从图 1-4 中的数据可以看出，每天有 3000 多人在网上查找算命相关的信息。说明这个需求是非常巨大的。下面再来看一下百度的搜索结果中广告的数量，如图 1-5 所示。

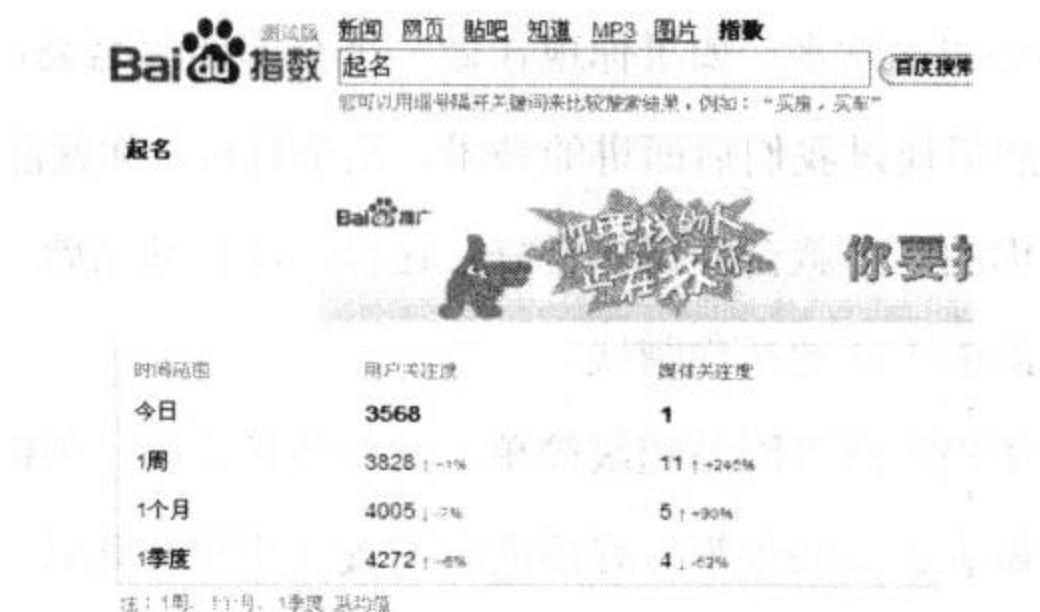


图 1-4



图 1-5

从图 1-5 中可以发现，全部都是广告，这说明这是一个非常巨大的行业。这些起名公司没什么成本，工作人员就是几个懂些周易的人，但是起一个名字的收费从几百元到几万元不等，他们的收入是非常高的。前一段时间，我合作过一个该行业的客户，他们一年仅在百度上投放的广告费用就是几十万元，当然，他们赚得更多。

因为这类公司非常多，如果你现在做一个全国的起名公司导航，按照城市去分类，然后通过我们后面讲的技术，几个月后，你就能够在 Google 排到前几名，你的广告就会卖得非常好。这样，这个网站就成了你的一个赚钱机器，会源源不断地帮你赚钱。

你有思路了吗？这类网站超级简单，没有技术含量，关键是把排名做上去。把排名做上去就必须学习好后面讲的搜索引擎优化技术。

## 2. CPC 广告实例

CPC 就是按照点击量付费的广告方式，不用你直接找广告主，而是通过广告联盟平台找，其中最有名的是 Google 的 AdSense 平台，网址 <http://adsense.google.cn>。申请到一个 AdSense 账户之后，你就可以从它里面获得网络广告代码，把这些网络广告代码插入到你的网页中，就会自动匹配出网络广告，这些广告都是按照点击量付费的，每次点击付费也是不固定的，由 Google 系统自动匹配，有的行业高，有的行业低。CPC 广告如图 1-6 所示。

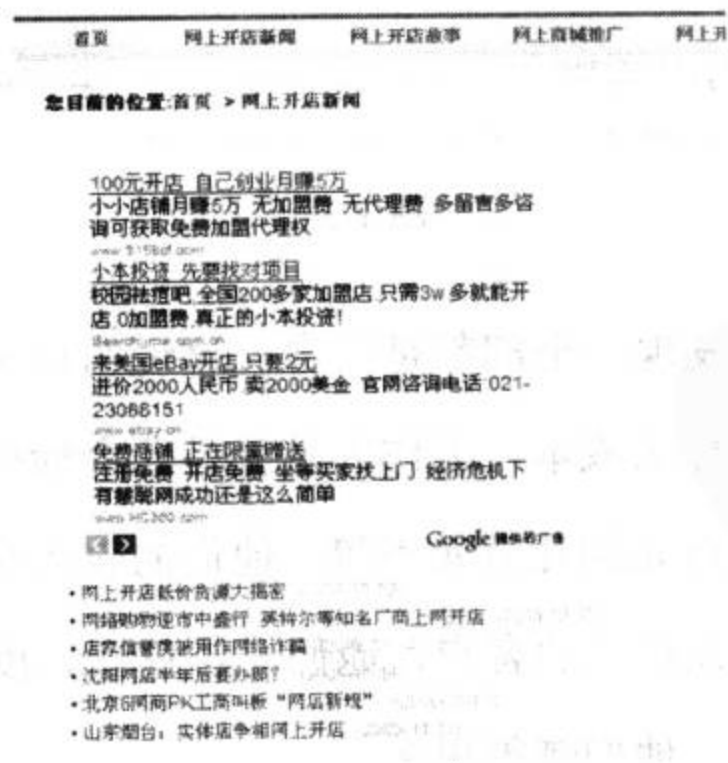


图 1-6



图 1-6 所示的网页的中间部分就是 Adsense 自动匹配的网络广告，每当有人点击一次广告，我的 Adsense 账户都会增加收入。当收入超过 100 美元时，Google 都会通过支票或者西联汇款向我支付网络广告费用。

如何利用 Adsense 赚到更多的钱呢？若是一月收入超过 1 万美元呢？下面介绍几个关键词的秘密。

- 英文站广告的收入高于中文站广告。英文站匹配的网络广告都是国外的，每次点击的价格最低都是中文的几十倍甚至上百倍。平均而言，如果你有一个每天有 1000IP 的英文站，那么，你一个月赚 1000 美元不成问题。
- 网站必须有比较大的流量。网站的流量如何来的呢？首先就是利用搜索引擎，我们只需要将网站的搜索引擎优化做好，每天通过搜索引擎就能够带来非常多的流量。
- 一次做 100 个以上的网站。这听起来不可思议，但是对于熟悉做网站的人而言，一天做 2~3 个网站是非常轻松的事情。可以计算一下，如果做 100 个网站，平均一个站每天赚 10 美元，100 个网站一天就是 1000 美元，一个月的收入就是 3 万美元。同时，一次做 100 个网站还有一个最大的好处就是 SEO，在后面学习 SEO 时，你就会知道，做链接提高排名是最重要的一个技巧。自己有了 100 个网站，相互链接对排名有非常大的帮助。

事实上，前面估算的那个数字是非常保守的，我有一个学生，当他做到了 20 个英文站时，他每天通过 Adsense 广告带来的收入就超过了 600 美元。当然，要想赚到大量的 Adsense 广告费，学习 SEO 是最关键的。

### 3. CPA 广告实例

亚洲交友中心是一个非常著名的交友网站，如果你加入它的网络推广联盟，每当你帮这个网站带来一个注册用户，它都将会给你支付佣金，女性 2 美元，男性 1 美元。

我们先用百度指数查询一下“亚洲交友中心”这个关键词的搜索量，如图 1-7 所示。



图 1-7

由图 1-7 可以看出，亚洲交友中心每天有高达九百多人搜索，也就是说，如果你能够把“亚洲交友中心”这个关键词排在前几名，每天就会有几百人到你的网站，只要有十分之一通过你的网页到亚洲交友中心注册，你一天就可以赚几十美元。类似的网络广告项目非常多，你只需要搜索一下就能找到。

### 4. CPS 网络广告模式实例

由于电子商务会越来越火，所以 CPS 这种按照销售提成的网络广告会

越来越多，赚取这种网络广告的钱，把握好技巧就会变得非常容易。

下面先以一个我自己的网站——美国主机导购网为案例作一介绍，网址为 [www.zhu-ji.com](http://www.zhu-ji.com)。

目前，在百度中搜索“美国主机评测”关键词时，它排名第2，这个词并不火，每天仅能够给我这儿的网站带来30个左右的流量。但是，如此低的流量每月却能够给我带来上千美元的收入。

美国主机评测网的截图如图1-8所示。这个网站流量并不高，为何会有如此高的收入呢？因为我做的是CPS广告，靠的是销售佣金。



图 1-8

由于美国虚拟主机行业竞争非常厉害，所以他们的价格非常低，服务非常好，给合作伙伴提供的网络推广佣金也非常高，每笔最少都是100美元左右。所以我这个小网站尽管只有几个网页，每天只有几十个流量，每



个月的收入却高达 1000 多美元。

做 CPS 的技巧很简单，步骤如下。

- (1) 瞄准一个暴利产品。
- (2) 做一个产品销售导航站，上面放的全部都是 CPS 广告链接。
- (3) 使用 SEO 技巧把这个行业关键词排在 Google 或者百度前面。
- (4) 赚钱机器做好后就等着收钱吧。

## 1.3 低成本、无风险创办贸易公司

### 1.3.1 模式分析

你是否想过自己开一个贸易公司呢？你的回答如果是没有，因为觉得那太难了。那是很遥远的梦想！一直以来，你连想都不敢想。

这里告诉你，它不是梦想，是非常简单的事情，你现在只需要按照正确的思路和方法努力坚持去做，一两年之后或许更短的时间，这个目标就可以实现。

### 1.3.2 操作流程

#### 1. 赚启动资金

你所在地区有许多这样的生产型企业：他们生产的产品非常好，在全国甚至世界各地都有销路，这时候你就可以和他们合作赚取你的启动资

金，方法如下。

(1) 和他们洽谈合作，低工资或者无底薪做他们的业务员。

(2) 做一个产品站点，然后采用 SEO 技术对其进行优化推广，记着留你自己的联系方式。

(3) 然后接电话、收 E-mail、报产品报价，客户需要上门看产品时，你就以业务员的身份带其到厂里参观，看样品，签合同。

(4) 生意做成，你按照和厂里的协议业务提成。

## 2. 注册自己的公司

在你的印象中，是否认为注册公司的最大困难就是注册资金？没有几十万甚至上百万的注册资金，如何注册公司呢？这几乎是一个不是问题的问题，解决起来非常容易，方法如下。

(1) 请你翻一翻当地的报纸广告，或者在 Google 里面输入“公司注册”关键字进行搜索，你会发现有非常多的为你提供这类服务的公司。一般而言，在国内任何一个城市注册一个注册资金为 100 万元的公司，请专业服务公司来帮你，你只需花不到 1 万元的服务费用就可以全部解决。中间的各类繁琐问题都不用你去跑腿和操心。

(2) 你为了更好地包装自己，还可以同时在香港和美国注册一个公司。

## 3. 打造自己的品牌

有了自己的公司以后，如果还是像以前那样和那些生产厂商合作，你基本还是在为他们打工，这里我告诉你一个更好的策略，让生产商为你打

工。那就是给自己注册一个品牌。有了自己的品牌后，你就直接可以让那些工厂帮你生产了。这种模式有以下特点。

- 生产成本非常高，风险非常大。这些不用你亲自来做。
- 虽然产品不是你自己生产的，但是销售时用的是你自己的商标，所以等于是你自己的产品。
- 你自身主要做营销公司，成本非常低，利润非常大。

每一个行业注册品牌都只需要一千多元，价格非常低。

不知道你有没有听说过这样一句话“搞生产是一分一分地赚，搞品牌是一毛一毛地赚”，说的就是这个道理。

世界上那些知名的品牌，如耐克、阿迪达斯等的产品都不是自己生产的。

#### 4. 加大力度利用网络推广产品，把自己的公司做大

你有了自己的公司，自己的品牌，又有生产型企业合作，然后要做的事情就是你非常熟悉的，即为自己的产品做一系列网站，然后通过 SEO 技术推广它们，并且还可以配合其他网站推广方法做。你接下来要做的事情就是努力地工作，快乐地赚钱了。

### 1.3.3 实践案例

下面介绍一个我学生的网站——纯翠网，网址为 <http://www.chuncuinet.com/>，如图 1-9 所示。





图 1-9

田斌是我 2008 年的一个学生，来参加 SEO 赚钱培训时，他已经辞掉了工作，打算创业，不过当时他一没产品，二没网站，不过很有激情。在课程中，我讲了提供 SEO 服务赚钱、逆向思维赚广告费和空手做销售公司 3 种模式。听完课后，田斌选择了第 3 种模式，因为他的一个朋友在云南卖玉，于是他问我在网上卖玉和翡翠怎么样。我给他提供了以下几点建议。

### 1. 产品定位

通过沟通了解玉行业的情况之后，我觉得网上卖玉这个定位非常好，原因有以下两点。

- **暴利产品。**玉的利润最少都在 50% 以上，高的达到 90%。
- **竞争少。**玉在网络上的竞争对手非常少。

但是玉这个行业太大了，如果个人创业，最好能够选择非常小的领

域来切入，因为“小领域，大市场”，于是他选择了需求比较大的玉手镯入手。

## 2. 网店建设

很多不懂技术的人都以为建站很难，其实非常容易。听完课后第2天，田斌就花了几百元买了一个虚拟主机和域名，然后下载了一套我公司开发的 9959SEO 网店系统，上传到虚拟主机中，进行安装设置后几分钟就完成了，接下来花一周时间添加产品，一周后，他的网站就上线了。

## 3. 网站推广

网站推广方法很多，不花钱的方法首选 SEO，所以田斌在这方面下了非常多的工夫。一个月后，在谷歌和百度搜索“玉手镯”、“貔貅”等关键词时，他的网站都排在前几名，网站每天都有 1000 多流量。我一直讲，SEO 其实非常简单，URL 优化好，关键词布局好，然后下工夫做反向链接就可以了。这一个月中，纯翠网友情链接就交换了近 200 个。

## 4. 销售优化

从 2008 年 10 月开始，纯翠网就开始有少量生意了，一开始两三天才有一单，这已经让田斌很兴奋了。为了有更好的生意，他直接去了昆明，因为在那里收到订单之后，可以直接去提货、发货，自己不用库存。

一次我在网上和他聊天，了解到了他的销售数据之后，感觉有问题，因为通过搜索引擎带来的流量很高，每天都有上千流量，不过两三天才有一单，这是不正常的。简单看了几眼他的网站之后，我给他提了一招——在首页上放上最新发货通知。看的人多，买的人少，说明这些人对他的产

品都有兴趣，但是不怎么相信他。放上最新发货通知之后，可以让新客户看到非常多的人都在这个网站购买商品，可以获得更多的客户信任。加了这一个小小的最新发货通知后，每天都有订单了，平均下来一天两三单。

几天后，他在网上告诉我这个好消息，我告诉他，再按照当时我讲的一套销售心理学，把产品网页的文案好好修改一下，销售会更好。修改之后，销售进一步提升，虽然都是小单，但每天都能有七八单。到了 2009 年 1 月份，他当月的销售额已经突破了 10 万元。

今年五一，我去西双版纳玩，路过昆明和他见面时，他在昆明的公司已经成立了，在市中心的一个办公楼租了一间办公室，同时已经组成了一个团队来运营，每月都能有十几万元的销售额，在养活公司的基础上，还有几万元的利润。不过进一步发展就有些瓶颈了，问其原因，原来是流量很难增加了。其实这很好解决，转化率做得比较不错了，不用单纯地只靠 SEO 来搞流量了，可以直接去投放广告购买流量，只要回报率好，广告投入越多就赚得越多。很快，他就开始靠 adwords 等方法让网站流量增长了好几倍，销售额也在增长。再后来，他已经注册了商标，打算在线下开一个实体店，然后网上和网下结合来做，再下一步，可能要搞连锁经营。因为他网站还没宣传，就已经有非常多的人主动找他来做了。

刚才和田斌聊时，他说他纯翠网的回头客越来越多，比较稳定了。接下来打算在深圳开家公司通过网络卖手机，网站昨天刚上线，第一天就接了 4 单生意。虽然卖手机一单能赚几百块，一天的量也可以，但要想规模做得比卖玉大却很难，做好之后也能够赚钱，但是无法做成一个事业。

纯翠网现在已经稳定了，如果能进一步想办法提升业绩，也许就能做



成一个非常大的事业。毕竟，目前还没有很大的卖玉网站，也没有很大的卖玉的连锁经营店。他如果能够再像做网店一样，做好一个线下的样板店，把样板店生意做好，然后再去搞连锁经营，前景会很广阔。

与纯翠网类似的案例还有很多，如卖跑步机的（利用这套模式白手起家，很快可以做到一年数万的销售额）、外贸卖婚纱的和卖服装的等。

看到这里，如果你已经感觉到自己的发展方向有些清晰了，并且充满了激情，那么请保持你这种理想和激情，并学习下面的技术，它可以给你的梦想插上翅膀。

## 第2章 什么是搜索引擎优化

### 2.1 神奇的搜索引擎

搜索引擎特别好玩，我自从学会使用搜索引擎之后，每天上网都会去玩它。玩了两年之后，我发现搜索引擎不光好玩，还可以帮我学习到我想学习的任何知识，把我变得“神通广大”，于是我干脆退学，离开了很多人向往的大学校园，奋斗了一年后就创办了自己的公司。我的公司从成立第一天开始，就采用搜索引擎优化，不用一个业务员，客户就源源不断。

很多人都说互联网非常神奇，但大部分人在面对互联网时依然是一片茫然，只有在互联网上学会使用搜索引擎之后，你才会真正感觉到互联网的神奇。

如果说互联网是一座宝藏，那么搜索引擎则是打开宝藏之门的金钥匙，通过这把钥匙，才可以打开互联网这座宝藏；通过努力发掘，就可以获得自信和财富。

#### 2.1.1 搜索引擎可以帮你获得自信

为什么搜索引擎可以帮你获得自信呢？先谈一谈人如何才能自信。许

多成功学家、哲学家、思想家和教育家都在研究这个问题，研究的结果是各自都有各自的办法，但是并不能适用于每一个人。其实，我们的古人早已经告诉我们这个问题的答案了，而且非常简单，就是“艺高人胆大”。胆大是自信的表现形式，艺高就是能力强。如何才能艺高呢？答案也非常简单，就是学习。从哪里学习可以让自己快速达到艺高的境界呢？普通的方式就是上学、看书和拜师傅。这3种都是大家常用的方式，但是每一种方式都有它的局限性。先说上学，中国的教育大家都清楚，中学时代，学习的大部分内容是在社会上用不到的，而且大家学习的都一样。到了大学，学费贵不说，学习的知识大部分都是非常落后的，而且那么多人学习相同的知识，想艺高就更难了。再说看书，看书是一种非常好的方式，但不是你想看什么书就可以快速找到的。然后说拜师傅，在大家听到的故事和看到的电视剧中，各行各业的高手都是通过拜师傅学习的，但是真正艺高的师傅有限，能够拜的人也有限，普通人想拜个艺高的师傅是不现实的。那么通过哪种方式学习可以让自己艺高呢？答案是“通过搜索引擎学习”。因为你在学习、生活和工作中遇到的各种各样的问题，基本都可以通过搜索引擎在最短的时间内找到答案。

如何利用搜索引擎获得财富呢？

学会使用搜索引擎，你将快速地学习到各种各样你想学习的知识，你的能力会越来越强，自身能力增强之后，你就会拥有各种各样获得财富的方法。本书中，将专门教你其中3种利用搜索引擎优化赚钱的方法，只要你努力去做，你一定会越来越富有。



## 2.1.2 搜索引擎的发展历史

学习搜索引擎优化，首先需要简单了解一下搜索引擎的发展历史。

在互联网发展初期，网站相对较少，信息查找比较容易，然而随着互联网的飞速发展，网站越来越多，普通网络用户想找到所需的资料简直如同大海捞针，这时为满足大众信息检索需求的专业搜索网站便应运而生了。

现代意义上的搜索引擎的祖先是 1990 年由蒙特利尔大学学生 Alan Emtage 发明的 Archie，虽然当时 World Wide Web 还未出现，但网络中文件传输还是相当频繁的，而且由于大量的文件散布在各个分散的 FTP 主机中，查询起来非常不便，因此 Alan Emtage 想到开发一个可以以文件名查找文件的系统，于是便有了 Archie。

Archie 的工作原理与现在的搜索引擎很接近，它依靠脚本程序自动搜索网上的文件，然后对有关信息进行索引，供使用者以一定的表达式查询。由于 Archie 深受用户欢迎，受其启发，美国内华达 System Computing Services 大学于 1993 年开发了一个与之非常相似的搜索工具，不过此时的搜索工具除了索引文件外，已能检索网页。

当时，“机器人”一词在编程者中十分流行，电脑机器人（Computer Robot）是指某个能以人类无法达到的速度不间断地执行某项任务的软件程序。由于专门用于检索信息的机器人程序像蜘蛛一样在网络间爬来爬去，因此，搜索引擎的机器人程序就被称为蜘蛛程序。

世界上第一个用于监测互联网发展规模的机器人程序是 Matthew Gray 开发的 World Wide Web Wanderer，刚开始它只用来统计互联网上的服务器数量，后来则发展为能够检索网站域名。

与 Wanderer 对应，Martin Koster 于 1993 年 10 月创建了 ALIWEB，它是 Archie 的 HTTP 版本。ALIWEB 不使用机器人程序，而是靠网站主动提交信息来建立自己的链接索引，类似于现在我们熟知的 Yahoo!。

随着互联网的迅速发展，使得检索所有新出现的网页变得越来越困难，因此，在 Matthew Gray 的 Wanderer 的基础上，一些编程者将传统的蜘蛛程序工作原理做了一些改进，其设想是，既然所有网页都可能有可能有连向其他网站的链接，那么从跟踪一个网站的链接开始，就有可能检索整个互联网。到 1993 年年底，一些基于此原理的搜索引擎纷纷涌现，其中以 JumpStation、The World Wide Web Worm（Goto 的前身，也就是今天的 Overture）和 Repository-Based Software Engineering（RBSE）spider 最负盛名。

然而，JumpStation 和 The World Wide Web Worm 只是用搜索工具在数据库中找到匹配信息的先后次序排列搜索结果，因此毫无信息关联度可言，而 RBSE 是第一个在搜索结果排列中引入关键字串匹配程度概念的引擎。

最早现代意义上的搜索引擎出现于 1994 年 7 月，当时，Michael Mauldin 将 John Leavitt 的蜘蛛程序接入到其索引程序中，创建了大家现在熟知的 Lycos。同年 4 月，斯坦福（Stanford）大学的两名博士生 David

Filo 和美籍华人杨致远 (Gerry Yang) 共同创办了超级目录索引 Yahoo!, 并成功地使搜索引擎的概念深入人心, 从此, 搜索引擎进入了高速发展时期。

### 2.1.3 知名搜索引擎介绍

目前, 各类搜索引擎越来越多, 下面先给大家介绍 3 个最有名的搜索引擎。

#### 1. Google

- 网址: <http://www.google.com/>。
- 创办时间: 1998 年 9 月。
- 创办人: Larry Page 和 Sergey Brin。
- 特点: 独创的 PR 值算法、搜索的网页多达 80 亿以上。搜索图片达 10 亿以上、Google 界面的可用语言达 100 多种、Google 搜索结果所采用的语言有 35 种。
- 介绍: Google 搜索引擎从创办以来屡获殊荣, 它是一个用来在互联网上搜索信息的简单快捷的搜索引擎, 拥有网页搜索、图片搜索、文件搜索、桌面搜索、新闻搜索、本地搜索、论坛搜索、天气查询、手机号码查询和股票查询等功能, 并且还坚持不懈地对其搜索功能进行革新, 始终保持着自己在搜索领域的领先地位。目前, Google 是世界上用户最多的搜索引擎。

## 2. **YAHOO!**

- 网址: <http://www.Yahoo.com>。
- 创办时间: 1994 年 4 月。
- 创办人: David Filo 和美籍华人杨致远 (Gerry Yang)。
- 特点: 拥有 38 种语言和文档的搜索功能, 除了网页搜索之外, 还有音乐搜索、地图搜索、文件搜索、新闻搜索和手机搜索等功能。
- 介绍: Yahoo!是最早的目录搜索引擎, 它使搜索引擎这个概念深入人心, 促进了搜索引擎的快速发展。后来, Yahoo!和 Google 进行了技术合作, Yahoo!在很长时间都采用 Google 的网页搜索技术。在搜索引擎的行业模式逐渐清晰之后, Yahoo!斥资 26 亿美元收购了 Inktomi (MSN、Amazon、eBay 搜索服务提供商)、Overture (全球最大的搜索广告商务提供商)、Fast、AltaVista、Kelkoo (欧洲第一大竞价网站) 等 5 家国际知名搜索服务商后, 聚集数百名工程师历时一年整合和两次开发打造出 YST 技术。2004 年年初, Yahoo!中止了与 Google 的合作, 开始推出了自己的网页搜索引擎。

## 3. **Baidu**

- 网址: <http://www.baidu.com/>。
- 创办时间: 2000 年。
- 创始人: 李彦宏、徐勇。



- 特点：拥有网页搜索、音乐搜索、图片搜索、文档搜索、硬盘搜索、手机搜索等功能。
- 介绍：2001年8月发布 Baidu 搜索引擎 Beta 版，从后台服务转向独立提供搜索服务，并且在中国首创了竞价排名商业模式，2001年10月22日正式发布百度搜索引擎。2005年8月5日，百度在美国纳斯达克上市，成为2005年全球资本市场上最为引人注目的上市公司，百度由此进入一个崭新的发展阶段。目前，百度是全球最大的中文搜索引擎。

## 2.2 如何使用搜索引擎

使用搜索引擎是非常快乐的事情，因为搜索引擎可以让你变得神通广大，无所不知。只要你有问题，基本都可以利用搜索引擎找到答案。下面给大家举几个简单的例子。

### 1. 搜索快速入门

此部分内容大侠们可以跳过，由于要考虑所有读者，所以这里写得比较细一些。

(1) 打开 Google 搜索引擎。打开浏览器，在地址栏输入 Google 的网址：<http://www.google.com/>，然后按 Enter 键，就可以看到 Google 的界面，如图 2-1 所示。



图 2-1

(2) 在搜索框内输入关键词。选什么关键词呢？这要看你想找什么资料，想了解什么信息了。例如，你想在网上开店，想学习和了解各种关于网上开店的信息，那么你就可以选择“网上开店”这个词作为关键词输入搜索框内，如图 2-2 所示。



图 2-2

(3) 单击“Google 搜索”按钮，即可看到搜索结果，如图 2-3 所示。



图 2-3

搜索结果显示了几百万个关于网上开店的网页，排在前面的肯定都是一些质量非常高的网页，打开就可以浏览了。

搜索引擎的使用就这么简单，想了解什么信息，你只需要在搜索框内输入关键词进行搜索，然后就可以在几十亿个网页中找到自己想要的信息了。如果你想找电影下载网站，你只需要在搜索框输入关键词“电影下载”进行搜索即可；如果你想找网站推广软件，你只需要在搜索框内输入“网站推广软件”关键词，就可以找到很多提供网站推广软件的网页；如果你想学习 HTML 语言，只要在搜索框内输入“HTML 教程”关键词，就可以找到很多提供免费 HTML 语言教程的网站；如果你想购买礼品，只需要在搜索框内输入“礼品”关键词，就可以查询到非常多的卖礼品的网站。

## 2. 如何成为搜索高手

搜索引擎的使用虽然简单，但是想成为搜索引擎高手，就需要多下工

夫。下面给大家详细介绍搜索引擎优化中要使用到的功能和技巧。

想成为搜索高手，需要加强自己以下几方面的能力。

**(1) 选择关键词：**只有选择了正确的关键词，才能找到准确的搜索结果。

**(2) 使用精准搜索：**很多搜索引擎都提供精准搜索，Google 提供的精准搜索为 [http://www.google.cn/advanced\\_search](http://www.google.cn/advanced_search) 和 <http://www.baidu.com/gaoji/advanced.html>。

**(3) 学会使用以下高级搜索语句。**

- 把搜索范围限定在网页标题中——intitle

网页标题通常是对网页内容提纲式的归纳。把查询内容范围限定在网页标题中，有时能获得良好的效果。使用的方式是：在查询内容特别关键的部分前面加上“intitle:”。例如，查找林青霞的写真，就可以输入“写真intitle:林青霞”。注意，“intitle:”和后面的关键词之间不要有空格。

- 把搜索范围限定在特定站点中——site

有时候，如果知道某个站点中有自己需要找的东西，就可以把搜索范围限定在该站点中，以提高查询效率。使用的方式是：在查询内容的后面加上“site:站点域名”。例如，要搜索天空网，就可以输入“msn site:skycn.com”。注意，“site:”后面跟的站点域名不要带“http://”；另外，“site:”和站点名之间不要有空格。

- 把搜索范围限定在 url 链接中——inurl

网页 url 中的某些信息常有某种有价值的含义。如果对搜索结果的 url 做某种限定，就可以获得良好的效果。实现的方式是：在 url 中出现的关



关键词后加上“inurl:”。

例如，要查找关于 Photoshop 的使用技巧，可以输入“photoshop inurl:jiqiao”，其中的 Photoshop 可以出现在网页的任何位置，而 jiqiao 则必须出现在网页 url 中。

注意，“inurl:”和后面所跟的关键词之间不要有空格。

### ● 精确匹配——双引号和书名号

如果输入的查询词很长，搜索引擎在经过分析后，给出的搜索结果中的查询词可能是拆分的。如果对这种情况不满意，可以尝试让搜索引擎不拆分查询词，方法是给查询词加上双引号。

例如，搜索“上海科技大学”，如果不加双引号，搜索结果会被拆分，效果不是很好，但加上双引号后得到的结果就全是符合要求的了。

书名号是搜索引擎独有的一个特殊查询语法。在其他搜索引擎中，书名号会被忽略，而在搜索引擎中，中文书名号是可被查询的。加上书名号的查询词有两层特殊功能，一是书名号会出现在搜索结果中；二是被书名号扩起来的内容不会被拆分。书名号的使用在某些情况下特别有效果，例如，查名字很通俗的电影或小说。如，查电影《手机》，如果不加书名号，很多情况下查出来的是通信工具手机，而加上书名号后，查询结果就都是关于电影方面的了。

### ● 减除无关资料

如果要避免搜索某个词语，可以在这个词前面加上一个减号（“-”，英文字符），但在减号之前必须留一个空格。也就是说，你发现搜索结果中，有某一类网页是你不希望看见的，而且这些网页都包含特定的关键词，

用减号语法就可以去除所有这些含有特定关键词的网页。

例如，搜“神雕侠侣”，希望搜到关于武侠小说方面的内容，却搜到很多关于电视剧方面的网页，那么就可以这样查询“神雕侠侣-电视剧”，注意，前一个关键词和减号之间必须有空格，否则减号会被当成连字符处理，而失去减号语法功能；减号和后一个关键词之间有无空格均可。

### ● 利用搜索引擎查找文档——filetype

很多有价值的资料在互联网上并非普通的网页，而是以 Word、PowerPoint 和 PDF 等格式存在。百度支持对 Office 文档(包括 Word、Excel、PowerPoint)、Adobe PDF 文档和 RTF 文档的全文搜索方法为：在普通的查询词后面加“filetype:文档类型限定”。“filetype:”后可以跟 DOC、XLS、PPT、PDF、RTF 和 ALL 等文件格式，其中，ALL 表示搜索所有这些文件类型。例如，查找电子商务方面的 Word 文档要输入“电子商务 filetype: doc”，单击搜索结果的标题，可以直接下载该文档，也可以单击标题后的“HTML 版”超链接快速查看该文档的网页格式内容。

还可以通过百度文档搜索(<http://file.baidu.com>)直接使用专业文档搜索功能。

### ● 反向链接查询——link

在搜索引擎优化中，无论你在分析竞争对手的网站，还是分析自己网站的营销状况，查看一个网站的方向链接是一项非常重要的工作。查看一个网站的反向链接一般都用“link:”语句，如你要查看电子商务指南网站的反向链接，只需要在搜索框内输入“link:www.eczn.com”即可。

### 3. 如何更加便捷地使用搜索引擎

你是否觉得每次都要先在浏览器中输入一个网址，然后登录到搜索引擎网站上才能搜索很麻烦呢？这里给大家推荐一种更好的方式——搜索引擎工具条。

#### (1) Google 工具条

Google 工具条如图 2-4 所示，下载地址为 <http://toolbar.google.cn/>。下载安装之后，Google 工具条就会出现在浏览器的地址栏下面。



图 2-4

Google 工具条的特点如下。

- 字词翻译器：将英文网页上的字词翻译成简体中文。
- 实名通：无需网址，输入网站名称即可浏览该网站。
- 弹出式窗口拦截器，拦截烦人的弹出式窗口。
- 可在任何网页进行 Google 搜索。
- 在网页上标明搜索字词。
- 直观地查看网页的 PR 值。
- 快速地查看网页的反向链接、相关网页等。

#### (2) 百度超级搜霸

百度超级搜霸如图 2-5 所示，下载地址为 <http://bar.baidu.com/>。





图 2-5

百度超级搜霸的特点如下。

- **超级搜索：**无须登录网站，8 亿网页、520 万首歌曲和 7000 万图片一搜即得。
- **广告拦截：**有效拦截弹出广告，还你干净上网空间。
- **搜霸联盟：**定制化搜霸，满足用户个性化需求。

### (3) Yahoo!导航条

Yahoo!导航条如图 2-6 所示，下载地址为 <http://cn.companion.Yahoo.com/>。

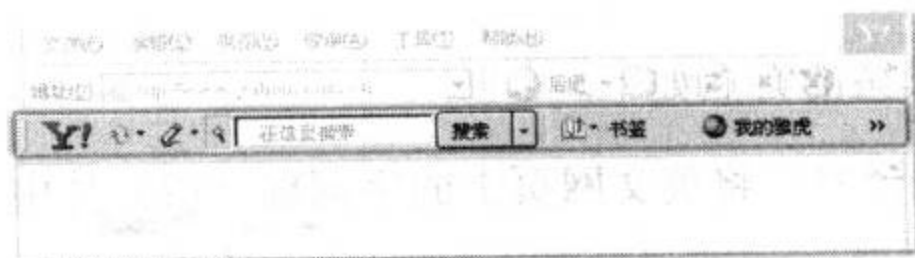


图 2-6

Yahoo!导航条的特点如下。

- 直接访问你喜爱的雅虎内容及服务。
- 随时访问你的书签或收藏夹。
- 收到新邮件时获得提醒。

## 2.3 搜索引擎优化

当你学会使用搜索引擎后，相信也会体验到搜索引擎的神奇。全世界

的网民也都和你一样，每天上网都会利用 Google、Yahoo、百度和 MSN 等搜索引擎查找自己需要的资料、网站和产品，还可以通过这些搜索引擎从全世界范围内寻找自己的合作伙伴和潜在客户，搜索引擎已经是最重要的商务信息传播渠道之一，于是搜索引擎优化就产生了。

### 2.3.1 如何开展搜索引擎优化

#### 1. 主动出击策略——主动通过搜索引擎查找合作伙伴

根据合作伙伴的特征，锁定关键词，利用搜索引擎查找相关的潜在合作伙伴的网站、信息和联系方式等。

如果你是做饰品销售生意的，想找到更多的货源，就可以在搜索引擎中输入“饰品批发”关键词查找开展饰品批发业务的相关公司和企业，然后主动与他们沟通联系，对这些企业进行了解和对比分析，就可以找到更加理想的货源。

#### 2. 守株待兔策略——利用搜索引擎给你带来客户

每天，你的很多潜在客户都在利用搜索引擎查找自己需要的产品，那么，如何让这些客户通过搜索引擎查找到你呢？

大家都知道，一般输入一个关键词在搜索引擎中查找，在很短的时间内可出现几十万，甚至上百万个网页，这么多搜索结果，用户不可能一个一个地去浏览，大部分用户都会选择对前几页出现的搜索结果进行查看。

如果你想让你的潜在客户最先查找到你的信息，而不是你的竞争信息，你的网页必须出现在搜索结果的前几页。

如何让你的网页链接出现在搜索结果前几页呢？有如下两种方式可以实现。

- **通过搜索引擎优化**，提高网页的质量，使网页自然地在搜索引擎中获得好的排名。
- **搜索引擎关键词广告**，在各个搜索引擎中投放关键词广告。

### 2.3.2 搜索引擎优化的重要性

#### 1. 搜索引擎优化是最重要的网络营销手段

对于一个网站而言，平均 80% 的新流量都是来自搜索引擎，下面是 3 家知名调查公司的统计数据。

(1) 全球最大网络调查公司 CyberAtlas 的调查表明，网站 75% 的访问量都来自于搜索引擎的推荐。

(2) 美国权威顾问公司 IMTStrategies 的调查结果表明，搜索引擎在导引用户到达企业站点的比例占到了 85%，而自由冲浪、口碑宣传、BANNER 广告以及报纸、电视等媒体所带来的客户量仅有 15%，全球每天有 4 亿人使用搜索引擎。

(3) WebSideStory 公司的调查研究表明，网站访问量的 80% 以上来源于搜索引擎。

搜索引擎不仅可以给网站带来大量的流量，更重要的是，通过搜索引擎获得的流量，都是用户通过查找与你网站内容相关的关键词而找到你的网站的，这些流量相对于其他网站广告带来的流量而言，其质量非常高，

只要你能够把网站基础打好，这些流量很可能成为你的客户。所以，搜索引擎优化是最重要的网络营销手段之一。

## 2. 搜索引擎对各类网站的作用

### (1) 大型网站

对于大型网站而言，想赢利，流量是基础，所以流量对于大型网站来说是很重要的。如果花钱买搜索引擎关键词，则成本太高，但是如果大型网站能够做好搜索引擎优化，那么不用花钱，每天就可以利用搜索引擎带来非常巨大的流量。为什么呢？因为大型网站包含了丰富的网页内容，整个网站拥有几十万，甚至上千万个网页，这么多的网页中，每个网页都包含许多关键词，如果这些页面优化得非常符合搜索引擎的喜好，那么整个网站就会有非常多的关键词或不错的排名。试想，每个页面每天通过搜索引擎为网站带来一个流量，加起来，这个网站每天的流量就会大得可怕，如聘请我为顾问的 IT 世界网站，每天仅通过搜索引擎来的流量就高达几十万 IP。

### (2) 企业网站

对于企业网站而言，追求的不是大流量，而是高质量的流量，因为高质量的流量都是企业的潜在客户，当这些潜在客户通过企业网站了解了企业的产品和信息后，就可能成为企业的直接客户。如何获得高质量的潜在客户呢？搜索引擎优化就是企业网站首选的推广方法，对企业网站开展网络营销，搜索引擎优化和搜索引擎广告投放都特别的重要，所以企业网站想通过网络低成本地获得客户，必须学习好搜索引擎优化。



### (3) 个人网站

个人网站大部分以娱乐类和资源下载类网站为主，个人网站的推广都追求的是低成本和好效果。搜索引擎优化对个人网站而言，也是最重要的网站推广手段之一。

### (4) 电子商务网站

电子商务网站就像一个商店，商店必须有客户来逛才能形成销售。电子商务网站如何吸引大量的客户来浏览呢？需要推广，准确地推广首选方法也是搜索引擎优化。目前的电子商务网站的各种推广策略中，搜索引擎优化也是最好策略。

## 3. 哪些人迫切需要学习搜索引擎优化

### (1) 网页设计师、网站开发技术人员

目前，大部分的网页设计师在设计网页时只是单纯地从美观的角度来设计，网站开发技术人员开发网站程序时大部分也都是单纯地从功能实现上来开发。于是，他们做出来的网站尽管非常美观，功能非常强大，但是很多地方都不符合搜索引擎的喜好，使搜索引擎无法索引到里面的内容，因此，这些网站很难通过搜索引擎推广。

这种情况非常普遍，目前，大部分的新网站一开始就是病态的网站，所以搜索引擎优化（SEO）这个行业才会在国内非常火爆。一个优秀的网站不仅要美观、功能强大，最重要是需要从营销的角度来设计，要符合搜索引擎的喜好。

从营销的角度去设计网站是今后网站设计制作最大的趋势。如果你是一名网页设计师或网站开发技术人员，你想让自己的作品能够实实在在地

为客户带来收益，那么你必须从营销的角度来设计网站，因此必须学习搜索引擎优化。

### （2）传统企业的电子商务部门工作人员

电子商务是今后发展的最大趋势，所以很多企业都成立了专门的电子商务部门，不过我接触过的许多企业的这个部门的工作人员都很迷茫，因为他们不知道自己的企业如何开展电子商务。

对于企业而言，网络对他们最重要的作用就是通过互联网把自己的产品和服务推广出去，如何把自己的产品和服务推广出去呢？搜索引擎优化是一种非常好的方法，传统企业的电子商务部门的工作人员只要精通搜索引擎优化，就可以为你的企业带来全世界范围内的潜在客户。

我们以前服务过的一个传统企业老板曾经这样来形容搜索引擎优化“搜索引擎优化做好了，比雇几十个业务员跑来的业务都多”。

### （3）个人站长

对于个人站长而言，网站的流量就是钱，流量越大，可以帮自己赚的钱就越多，如何把网站的流量推广得越来越大呢？搜索引擎优化是一种非常重要的手段，是众多成功的个人站长的秘笈。

### （4）电子商务专业的大学生

我经常在我的电子商务论坛的学生交流版块看到许多电子商务专业毕业生的无奈，无奈什么呢？找工作难。电子商务是一个非常热门的专业，为什么还会找工作难呢？原因很简单，他们在学校学习的知识大部分都是空理论，在大学学习了三四年，还搞不清楚什么是电子商务、电子商务如何赚钱。电子商务是一个很新的行业，这个专业实用知识缺乏也是很正常

的事情。

我本人在大学最初学习的是计算机专业，上了两周就发现教材不实用，于是就转到了广告专业，之后干脆退学，自己亲自去实战电子商务，然后从实战中总结经验，最后创新了网络策划这个行业，所以对此深有感触。

目前这个社会，特别是互联网这个行业，没有多少公司看重学习，大部分看重的都是实战能力。如果你真的有能力了，不用去找工作，工作会自动会来找你。

商务的核心是营销，电子商务的核心是网络营销，在各种网络营销策略中，搜索引擎优化策略是最重要的一种。只要你把搜索引擎优化熟练掌握了，王通在这里保证你可以在几年内用这一技能赚钱，不再会去为找工作而发愁。

### 2.3.3 搜索引擎优化介绍

#### 1. 什么是搜索引擎优化

搜索引擎优化简称 SEO，英文全称为 Search Engine Optimization，是指通过对网站的调整，使网站符合搜索引擎的喜好，从而在搜索引擎中自然地活动到较好的排名的策略。

#### 2. 搜索引擎优化的原理

学习搜索引擎优化，首先要考虑搜索引擎喜欢把什么样的网站排在前面的位置。

很多理论专家一遇到问题都喜欢去找资料、找答案，这种方法太复杂



了。这个问题的答案我们简单推理一下就可以获得。所有的搜索引擎都在不断地改进，以讨好用户，希望用户通过后能够搜索到满意的结果，什么样的结果才能让用户满意呢？现在你把自己比作搜索引擎的用户，想搜索网上开店知识，当你在搜索引擎中输入“网上开店”关键词后，你想看到的肯定是优秀的介绍网上开店知识的网站，而不是养猪技术的站点。问题答案很明了，任何一个搜索引擎都喜欢把符合用户需求的优秀站点排到前面。什么样的网站是符合用户需求的优秀站点呢？答案也非常的简单，一是内容优秀，是用户需要的信息；二是网页设计符合搜索引擎的喜好，容易被搜索引擎收录和排名。

做到内容优秀不难，多下工夫就行了，但是网页设计如何才能让搜索引擎喜欢，并容易被收录和排名呢？答案也很简单，设计符合搜索引擎的排名基本因素就好了。各大搜索引擎的排名因素有哪些呢？后面的章节会详细介绍。

### 3. 搜索引擎优化在国内外的的发展历史

国外的搜索引擎优化行业出现得比较早，几乎是伴随着搜索引擎的高潮期诞生的，这个行业有一个缩写，就是前面提到过的 SEO，SEO 是 Search Engine Optimization 的缩写，即“搜索引擎优化”。而从事这方面工作的就是 Search Engine Optimizer，即“搜索引擎优化师”。所以搜索引擎优化技术和搜索引擎优化师都被统称为 SEO。

国内的 SEO 行业发展得比较晚，记得 2002 年时，我们研究 SEO 行业的只有几个人，而且都没有把 SEO 很好地商业化，发挥它的价值。当时网络营销领域内最有名的一个网站叫网络营销论坛，在 Google 里输入“网



络营销”关键词时，这个网站很长时间内都排第一，该网站的站长就在自己的网页上发了自己提供 SEO 服务的广告，标价非常低，200 元一个客户。可惜，就是没客户，因为没有人了解 SEO。后来这个站长暂停了 SEO 服务，推出了 Google 广告代理投放业务，慢慢地做了起来。搜索引擎的排名因素一直在变换，网站跟不上潮流，排名也会下降。

我在 2001 年开始接触 SEO，2002 年离开大学以后，一边在国内外网站学习各种网站推广方法，一边把这些方法用到自己的电子商务项目中，并且还经常在网上组织国内很少的一部分研究网络营销的朋友们进行讨论和交流，同时，我经常把自己的一些实践经验总结出来，发表在各大专业网站。那时候这方面的文章非常少，所以写出来后就非常受欢迎，很快被很多网站转载。

经过实践，我发现搜索引擎优化是成本最低、最有效的一种手段，在取得了非常好的效果后，我就把自己在搜索引擎优化方面的经验以系列文章的形式发表了出来。

到了 2003 年年初，可能是因为我系列文章的普及，许多网站负责人和企业老板看到我的文章后就主动找到我，让我给他们提供 SEO 服务，于是我干脆在自己的电子商务指南网站上专门开了一个版块儿，用来发布自己的实践经验和搜集来的各种关于 SEO 的资料，接着，这方面的业务就越来越多了。后来，我还开通了 [www.seo.org.cn](http://www.seo.org.cn) 专业站点，该站点这几一直是最大的中文 SEO 研究社区，里面聚集了一万多 SEO 爱好者。

我写的文章大部分都是实践经验总结，而不是高深的理论，所以只要有些网络基础的网友看了后都可以轻松入门，于是，踏入这个行业的人就

越来越多。到了2003年年底，就出现了几家专业提供SEO服务的公司，于是我自己也干脆针对这个业务在郑州专门成立了一家网络营销服务公司——郑州通王信息技术有限公司。

到了2004年，SEO这个行业在国内获得了迅速的发展，这一年，我们也服务了一百多家企业，而且都是承诺排名前10位的。我们许多客户的员工被我们领进门之后，很多都辞职做了SEO这个行业。到了2004年年底，已经出现了成百上千家SEO公司。

2005年是中国SEO高速发展的一年。这一年，我发布了《搜索引擎排名秘笈》电子书；这一年，众多国外SEO公司和国内的一些公司合作进入了国内市场，促进了国内SEO市场逐步走向成熟。

#### 4. 搜索引擎优化的优势和弊端

搜索引擎优化最大的优势就是门槛低、成本低、收益高，利用SEO的创业模式也非常多。

- 门槛低：只需要拥有网页制作的入门知识就可以学习，所以门槛非常低。
- 成本低：学会搜索引擎优化，不用花钱就可以让搜索引擎帮你的网站源源不断地带来客户，几乎无成本。如果请专业的公司来帮你做，成本也不高。
- 收益高：每一个用户浏览搜索结果的页面时，大部分都会选择排名靠前的结果，点击广告的只是很少的一部分。尽管搜索引擎优化没有成本，但是效果却是搜索引擎广告效果的几十倍，所以搜索引擎优化策略的收益也是非常高的。

搜索引擎优化的弊端和不足如下。

(1) 搜索引擎优化的效果存在着许多的不确定性因素

为什么这么说呢？因为搜索引擎的排名结果由搜索引擎自身来控制，你无法绝对地把握自己获得很好的排名，只能尽可能地利用搜索引擎优化技术把自己的网站打造成为优秀的网站，去迎合搜索引擎，所以排名结果不会被人为绝对地控制。

(2) 搜索引擎优化的效果表现得比较慢

网站通过搜索引擎优化调整合理之后，不会立刻就获得很好的排名，还必须做大量的工作才能逐步提高网站在搜索引擎中的评分，促使排名逐步提高。一般一个新网站在搜索引擎中的排名提升到前 3 页最少需要一个月以上的时间，热门的关键词和竞争激烈的关键词会更久。

(3) 需要付出较多的时间和精力

想通过搜索引擎优化提高一个网站在各个搜索引擎中的排名，需要做大量的工作，耗费大量的时间，不过，通过自身的努力获得好的排名之后，效果还是超值的。

## 2.3.4 搜索引擎广告介绍

### 1. 搜索引擎广告的发展

随着互联网用户的增加和搜索引擎的广泛使用，搜索引擎的广告商机也越来越多。

到了 2000 年，出现了按点击付费（Pay-Per-Click）的搜索引擎关键词

广告模式 (overture), 搜索引擎广告诞生。

2001 年, 搜狐等部分中文分类目录开始收费登录, 网站登录每年要交纳数百元到数千元不等的费用, 付费搜索引擎优化开始走向主流。

2002 年, 百度搜索引擎开始提供关键词竞价排名的广告形式, Yahoo 目录也开始收费登录。在这一年中, 虽然网络广告市场处于最低潮, 但是搜索引擎关键词广告市场增长强劲, 占 2002 年网络广告市场的 15%, 搜索引擎带动整个网络经济的复苏。

2003 年, 出现基于内容定位的搜索引擎广告 (Google AdSense)。

2004 年, 搜索引擎全面引领互联网经济潮流, 搜索引擎优化的价值被企业普遍接受。

## 2. 搜索引擎广告的表现形式

### (1) 收费登录

收费登录模式在 2002 年被大部分搜索引擎采用, 不过它不是一种很成功的模式, 目前这种模式已经被大部分智能搜索引擎停用, 不过它仍然被一些人工目录搜索引擎采用, 如 Yahoo 目录。从 2002 年开始, Yahoo! 开始进行收费登录, 每年 299 美元, 这个费用只是人工审批的费用, 是否能够被登录主要还取决于网站的质量。

### (2) 关键词广告

关键词广告是付费搜索引擎优化的一种形式, 也可称为搜索引擎广告或付费搜索引擎关键词广告等。

关键词广告的原理是, 当用户利用某一关键词进行检索, 在检索结果页面会出现与该关键词相关的广告内容。由于关键词广告具有较高的定



位，其效果比一般网络广告形式要好，因而获得了快速发展。其表现形式主要有以下几种。

- **固定排名。**这种模式目前主要被一些二流搜索引擎采用，就是你只需要交一定费用，就可以获得该搜索引擎某个关键词搜索结果的一年的固定排名，如图 2-7 所示。

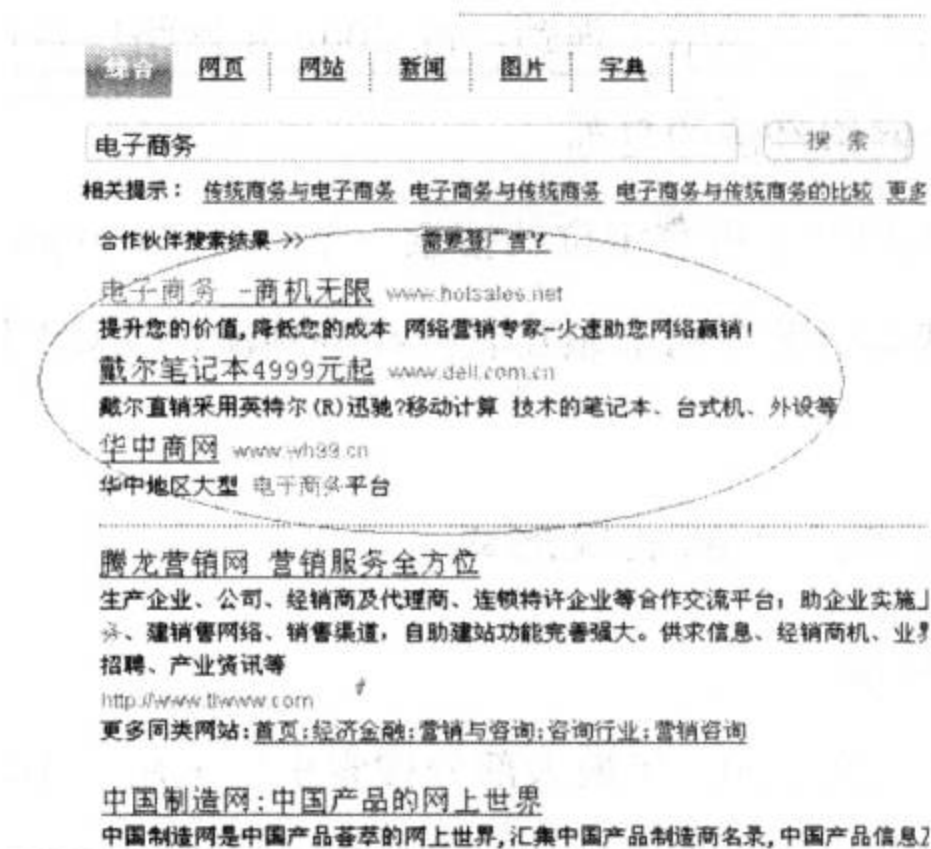


图 2-7

- **竞价排名。**这种模式是以百度搜索引擎的主要关键词广告形式，它的原理是针对某一个关键词的搜索结果，按照点击付费，哪个客户每个点击的出价最好，哪个客户就排在最前的位置。百度的关键词竞价广告一般都是每点击 0.3 元起价，如图 2-8 所示。
- **AdWords Google 的关键词广告称为 AdWords。**Google 在 2003 年开通了中文关键词广告业务（初期用户自助管理为英文界面，到 2004 年 2 月份推出了中文界面版本），广告用户可以自助投放关

关键词广告，整个过程完全电子商务化，用户的后台操作和关键词广告管理高度智能化。



图 2-8

AdWords 的广告主要显示在搜索结果的右侧赞助商广告位置，如图 2-9 所示。

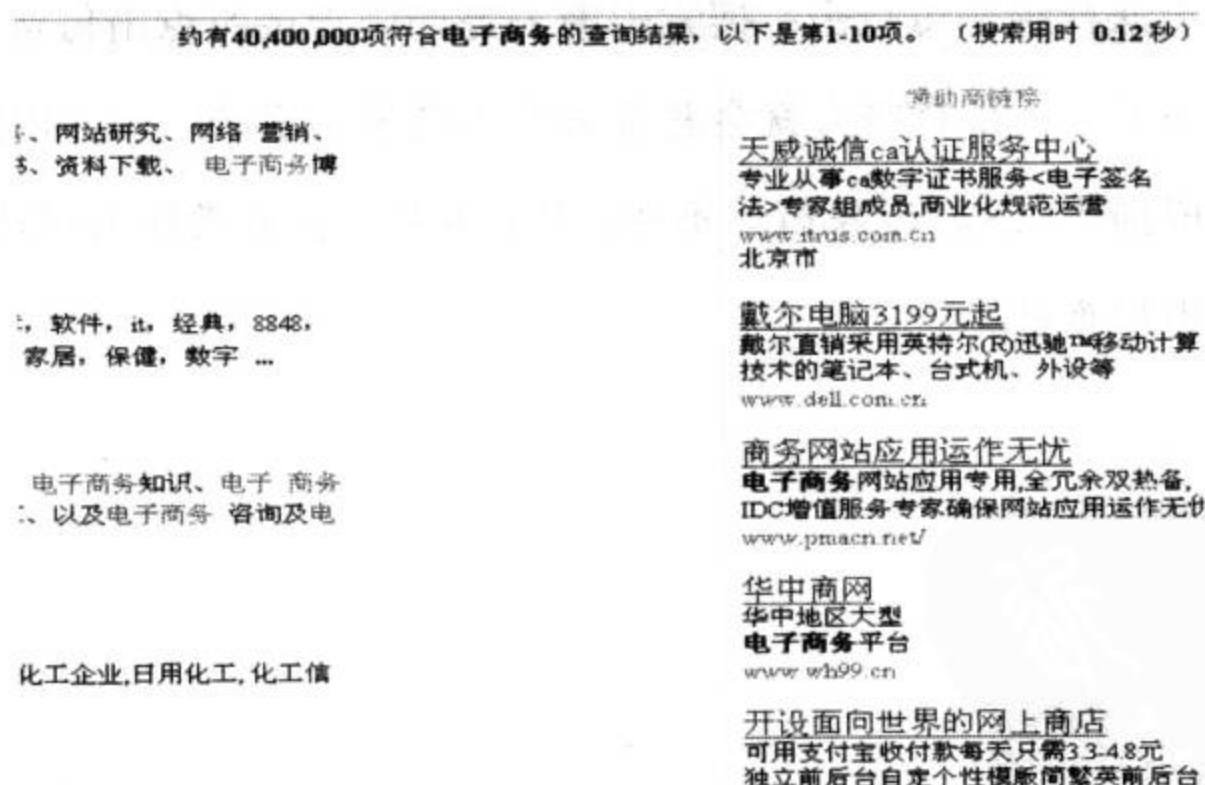


图 2-9

### 3. 关键词广告的优势和弊端

关键词广告的优势非常明显，主要有如下两点。

- 目标非常准确：用户搜索什么资料，搜索结果就出现相关的广告，这些广告因为是和用户所寻找的资料相关的，所以非常容易被用户接受。
- 效果出现非常快：只要通过相关平台或者服务商向搜索引擎交费后，很快在搜索结果中就可以看到自己的广告。效果是立竿见影的，省时省力。

关键词广告的弊端如下。

- 成本较高：目前的关键词广告主要都是按照点击效果付费的形式，每次点击最少都是 0.3 元以上的，有的关键词一次点击就被竞价到几十元，相对而言成本较高。
- 无法杜绝恶意点击：搜索引擎关键词广告按照点击付费，价格都不菲，于是有些人就会恶意去点击竞争对手的广告，以给对方造成损失。这种现象虽然不多，但是也是一件非常让人讨厌的事情，也很难杜绝。

## 第3章 SEO 基础

### 3.1 学习 SEO 需要具备的基础知识

学习 SEO 的门槛比较低，只需要可以看懂简单的 HTML 语言，并会使用一些网页制作软件和 FTP 软件就可以入门了。

HTML 语言非常简单，你只需要花一天时间，就可以学会入门知识。

#### 1. HTML 介绍

HTML 英语全称是 Hypertext Marked Language，即超文本标记语言，是一种用来制作超文本文档的简单标记语言。用 HTML 编写的超文本文档称为 HTML 文档，它能独立于各种操作系统平台（如 UNIX、Windows 等）。自 1990 年以来，HTML 就一直被用作 World Wide Web 的信息表示语言，用于描述 Homepage 的格式设计和它与 WWW 上其他 Homepage 的链接信息。使用 HTML 语言描述的文件需要通过 WWW 浏览器显示出效果。

之所以叫超文本，就是因为它可以加入图片、声音、动画和影视等内容，还可以从一个文件跳转到另一个文件，与世界各地主机的文件链接。

HTML 文档的扩展名通常为\*.htm 或\*.html，它可以用相关编辑软件编辑，用 Internet Explorer 浏览。

#### 2. 学习 HTML 的方法

对于难记的属性不必强行记忆，在用到的时候翻一下语法手册，多用



几次就能熟练掌握了。

看到好的网页时，可以通过在浏览器的“编辑”菜单中选择“源文件”命令，来查看其源程序，并且可以把这些源程序放到相关编辑软件里面修改。

### 3. HTML 的基本结构

超文本文档分文档头和文档体两部分，在文档头里可对这个文档进行一些必要的定义，文档体中才是要显示的各种文档信息。HTML 的基本结构如下：

```
<HTML>
  <HEAD>
    头部信息
  </HEAD>
  <BODY>
    文档主体，正文部分
  </BODY>
</HTML>
```

其中，<HTML>在最外层，表示这对标记间的内容是 HTML 文档；<HEAD> 之间包括文档的头部信息，如文档总标题等；<BODY>之间是网页正文内容。

下面是一个最基本的超文本文档的源代码。

```
<HTML>
<HEAD>
<TITLE>一个简单的 HTML 示例</TITLE>
<META name=description content=网页表述内容>
<META name=keywords content="关键词" >
</HEAD>
```

```

<BODY>
<CENTER>
<H3>欢迎光临我的主页</H3>
<BR>
<HR>
<FONT SIZE=2>这是我第一次做主页，无论怎么样，我都会努力做好！
</FONT>
</CENTER>
</BODY></HTML>

```

上面的 HTML 源代码显示在网页中的效果如图 3-1 所示。

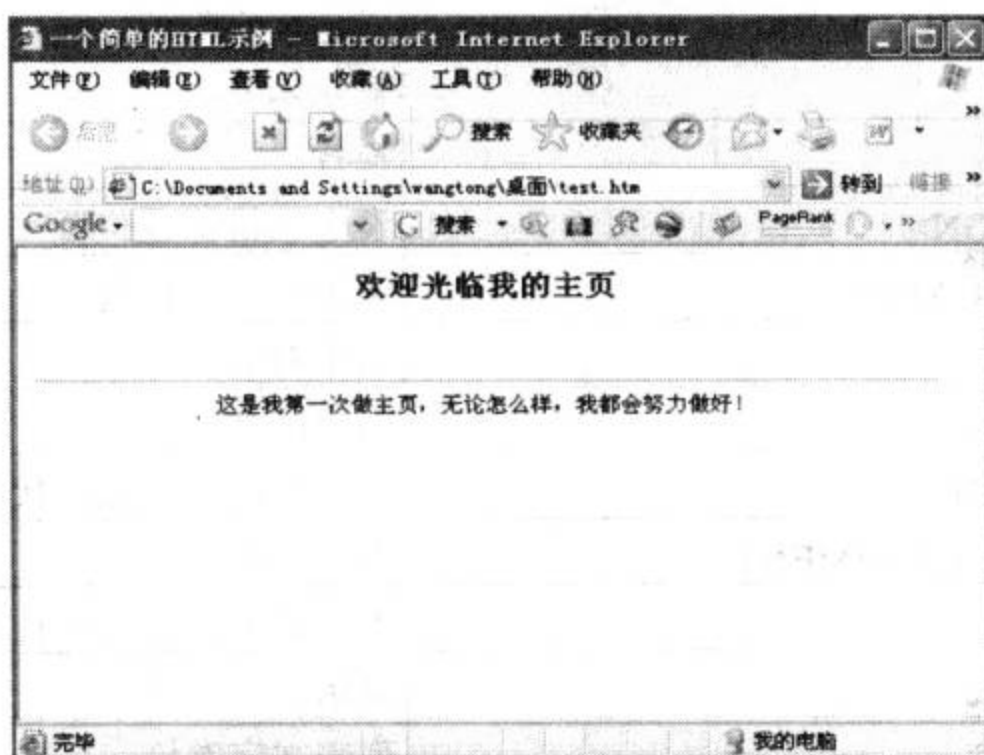


图 3-1

#### 4. HTML 语法

HTML 的语法如表 3-1 所示。

表 3-1 HTML 语法

属性名称	简介
<! -- ... -->	批注
<A HREF TARGET>	指定超链接的分割窗口
<A HREF=#锚的名称>	指定锚名称的超链接

续表

属性名称	简介
<A HREF>	指定超链接
<A NAME=锚的名称>	被连结点的名称
<ADDRESS>....</ADDRESS>	用来显示电子邮箱地址
<B>	粗体字
<BASE TARGET>	指定超链接的分割窗口
<BASEFONT SIZE>	更改预设字形大小
<BG SOUND SRC>	加入背景音乐
<BIG>	显示大字体
<BLINK>	闪烁的文字
<BODY TEXT LINK VLINK>	设定文字颜色
<BODY>	显示本文
 	换行
<CAPTION ALIGN>	设定表格标题位置
<CAPTION>...</CAPTION>	为表格加上标题
<CENTER>	居中对齐
<CITE>...</CITE>	引用的文字
<CODE>...</CODE>	用于列出一段程序代码
<COMMENT>...</COMMENT>	加上批注
<DD>	设定定义列表的项目说明
<DFN>...</DFN>	显示定义文字
<DIR>...</DIR>	列表文字卷标
<DL>...</DL>	设定定义列表的卷标
<DT>	设定定义列表的项目
<EM>	用于强调
<FONT FACE>	任意指定所用的字形
<FONT SIZE>	设定字体大小
<FORM ACTION>	设定互动式窗体的处理方式
<FORM METHOD>	设定互动式窗体的资料传送方式
<FRAME MARGINHEIGHT>	设定窗口的上下边界
<FRAME MARGINWIDTH>	设定窗口的左右边界
<FRAME NAME>	为分割窗口命名
<FRAME NORESIZE>	锁住分割窗口的大小

续表

属 性 名 称	简 介
<FRAME SCROLLING>	设定分割窗口的滚动条
<FRAME SRC>	将HTML文件加入窗口
<FRAMESET COLS>	将窗口分割成左、右两个子窗口
<FRAMESET ROWS>	将窗口分割成上、下两个子窗口
<FRAMESET>...</FRAMESET>	划分分割窗口
<H1>~<H6>	设定文字大小
<HEAD>	标示文件信息
<HR>	加上网格线
<HTML>	文件的开始与结束
<I>	斜体字
<IMG ALIGN>	调整图形影像的位置
<IMG ALT>	为图形影像加注
<IMG DYN SRC LOOP>	加入影片
<IMG HEIGHT WIDTH>	插入图片并预设图片大小
<IMG HSPACE>	插入图片并预设图片的左右边界
<IMG LOWSRC>	预载图片功能
<IMG SRC BORDER>	设定图片边界
<IMG SRC>	插入图片
<IMG VSPACE>	插入图片并预设图片的上下边界
<INPUT TYPE NAME VALUE>	在窗体中输入字段
<ISINDEX>	定义查询窗体
<KBD>...</KBD>	表示使用者输入文字
<LI TYPE>...</LI>	列表的项目（可指定符号）
<MARQUEE>	跑马灯效果
<MENU>...</MENU>	条列文字卷标
<META NAME="REFRESH" CONTENT URL>	自动更新文件内容
<MULTIPLE>	可同时选择多项的列表栏
<NOFRAME>	定义不出现分割窗口的文字
<OPTION>	定义窗体中列表栏的项目
<P ALIGN>	设定对齐方向
<P>	分段
<PERSON>...</PERSON>	显示人名



续表

属性名称	简介
<PRE>	使用原有排列
<SAMP>...</SAMP>	用于引用字
<SELECT>...</SELECT>	在窗体中定义列表栏
<SMALL>	显示小字体
<STRIKE>	文字加横线
<STRONG>	用于加强语气
<SUB>	下标字
<SUP>	上标字
<TABLE BORDER=n>	调整表格的宽线高度
<TABLE CELLPADDING>	调整数据域位的边界
<TABLE CELLSPACING>	调整表格线的宽度
<TABLE HEIGHT>	调整表格的高度
<TABLE WIDTH>	调整表格的宽度
<TABLE>...</TABLE>	产生表格的卷标
<TD ALIGN>	使表格字段左右对齐
<TD BGCOLOR>	设定表格字段的背景颜色
<TD COLSPAN ROWSPAN>	合并表格字段
<TD NOWRAP>	设定表格字段不换行
<TD VALIGN>	使表格字段上下对齐
<TD WIDTH>	调整表格字段的宽度
<TD>...</TD>	定义表格的数据域位
<TEXTAREA NAME ROWS COLS>	庙字窗体中可以加入几列文字输入栏
<TEXTAREA WRAP>	决定文字输入栏是否自动换行
<TH>...</TH>	定义表格的标头字段
<TITLE>	文件标题
<TR>...</TR>	定义表格的每一行
<TT>	打字机字体
<U>	文字加底线
<UL TYPE>...</UL>	无序号的列表（可指定符号）
<VAR>...</VAR>	用于显示变量

## 3.2 影响搜索引擎排名的基本因素

### 3.2.1 服务器空间

服务器空间就是储存网站文件的地方，一般而言，大型网站用的都是独立的服务器或服务器集群；小型网站大部分都是租用虚拟空间，也就是用一台服务器上的一部分空间。影响网站排名的服务器空间的因素如下。

#### (1) 服务器所在区域

对于 Google 和 Yahoo! 等知名搜索引擎而言，所在区域不同，搜索的结果也不同。经过实验和研究，发现该现象与服务器所在的区域有很大的关系。2008 年，我们公司曾经针对英文关键词 china tour 做了两个客户，其中一个的服务器放在美国，另外一个放在国内，在使用相同的策略之下，服务器放在美国的网站只花了不到 6 个月时间，就排到了第一页；而服务器放在国内的网站，花了 11 个月才排到了第一页。还有一些英文关键词，你在中国用 Google 搜索，发现你网站的排名非常靠前，但是如果你在国外用 Google 搜索，你可能翻 10 页都找不到你的网站。

我们做搜索引擎排名的排名效果不是让我们自己看的，而是让我们的潜在客户看的。所以服务器的区域选择非常关键。

#### (2) 服务器的 IP 是否被 Google 处罚过

当你租用一个新的 Web 空间放自己的网站时，请一定要检查这台服务器的 IP 是否被 Google 处罚过，否则就算你的网站做得再好，都有可能被

牵连而排不到前面。如何检查 IP 是否被 Google 处罚过呢？这里告诉你正确的方法：

首先，你要查一下这台服务器上放了多少网站，这里给大家介绍一个工具：<http://whois.webhosting.info/>可以很轻松地查出有多少域名共同指向一个 IP。例如，要查 IP 地址 219.235.226.75 的服务器，只要在地址栏输入“<http://whois.webhosting.info/219.235.226.75/>”，然后按 Enter 键，就可以看到有多少域名指向了这个 IP，然后选择其中一个，如 [www.###.com](http://www.###.com)，再在 Google 中输入“[site:www.###.com](http://www.###.com)”，看一看 Google 收录了这个网站的多少页面。如果发现 Google 还没有收录它，就多查几个，如果大部分域名都没有被 Google 收录，那么很有可能这台服务器是被 Google 处罚过的。为了安全，最好别用这台服务器；如果这台服务器上的大部分网站都被 Google 收录了许多页面，说明这台服务器没有被 Google 处罚过，可以使用。

一般，被 Google 处罚的域名比较多，而被 Google 处罚的服务器 IP 相对比较少。

### （3）服务器的稳定性

想获得较好的排名，服务器一定要稳定，如果服务器不稳定，在 Google 更新你网站的时候，你的网站很可能会暂时因为服务器不稳定而打不开，那么你的排名就完了。

例如，两年来，在 Google 中输入“电子商务”关键词时，我们公司的电子商务指南网站一直都稳排第一，但是春节期间，公司技术人员回家过年了，这时刚好服务器出了问题，导致网站一个星期不能访问，期间又

正好赶上了 Google 更新，导致了电子商务指南网站的排名迅速下降到了第三页，损失惨重。

如果你的网站想获得较好的排名，要保证使服务器做到以下几方面。

- 要租用潜在客户最多的地区的相应 IDC 服务商的服务器或者空间。
- 服务器的 IP 一定要没有被处罚过。
- 服务器运营要稳定，速度要快。

### 3.2.2 网站导航结构

网站导航结构主要就是一个网站的栏目菜单，是网页中很重要的一部分内容，主要对网页的导航、布局起很重要的作用。它一方面可以帮助用户更方便地浏览网站，同时也是用户和搜索引擎判断一个网站专业度的重要因素之一。

设计网站结构时要注意的因素如下。

#### (1) 网站导航要清晰明了

一般网站的导航主要是链接网站的一级目录，通过它们用户和搜索引擎蜘蛛程序都可以层层深入访问到网站所有的重要内容。

#### (2) 网站导航用要文本做链接

许多网站为了漂亮和美观，都采用 Flash 按钮或图片来做链接，这是非常不合理的，因为这些按钮中的链接很难被搜索引擎蜘蛛程序发现，所以网站导航一定要用文本做链接。



### 3.2.3 域名和文件名

#### 1. 域名和文件名的介绍

域名选择、网站路径设计和文件名设计对网站的排名有一定的影响，特别是对英文站尤为重要。选择一个好的域名，把网站的路径和文件设计得合理一些，对网站在各个搜索引擎中的排名有一定的帮助。

#### 2. 什么样的域名有利于网站排名

##### (1) 关键词域名

关键词域名就是以关键词作为前缀的域名，如排“china tour”关键词时，选择 china-tour.com 这样的域名将非常有利于搜索引擎排名。

##### (2) 包含关键词的域名

关键词域名资源有限，好的关键词域名大部分都已经被抢注了，如果你的行业有此类情况出现，我建议你采用包含关键词的域名。例如，你想排“mobile”这个词，但是以 bus 为前缀的关键词都没有了，你可以注册 imobile.com 这样的域名。

#### 3. 文件路径和文件名

设计文件路径和文件名时主要考虑以下几个因素。

- 文件路径和文件名包含关键词的比不包含关键词的具备优势。根据关键字无所不在的原则，可以在文件路径和文件名中使用关键词，但如果是关键词组，则需要用分隔符分开。我们常用连字符“-”和下划线“\_”进行分隔，URL 中还经常出现空格码“%20”。

因此, 如果以 China tour 作为文件名, 就可能出现 chinatour.htm、china\_tour.htm、china-tour.htm 和 china%20tour.htm 4 种分隔形式, 这 4 种写法都正确吗? 目前, Google 等搜索引擎并不认同 “\_” 为分隔符。对 Google 来说, china-tour 和 china%20tour 都等于 china tour, 但 china\_tour 就被读成了 chinatour, 连在一起之后, 关键词就失去了意义。china-tour.htm 是正确的写法, 这一点要注意。因此, 目录和文件名称如果有关键词组, 要用连字符 “-”, 而不是下划线 “\_” 进行分隔。

- 二级域名比栏目页具备优势。例如, abc.web.com 比 www.web.com/abc/ 有排名优势。
- 栏目页比内页具备优势。例如, www.web.com/abc/ 比 www.web.com/abc.html 有排名优势。
- 静态路径比动态路径具备优势。例如, www.web.com/abc.html 比 www.web.com/adc.asp?=321 具备优势。

#### 4. 动态路径

目前, 很多网站都有数据库驱动生成的 URL, 即动态 URL, 往往表现为在 URL 中出现 “?”、“=”、“%”、“&” 及 “\$” 等字符。动态 URL 极不利于搜索引擎抓取网页, 严重影响网站排名。解决的办法通常是通过技术解决方案将动态 URL 转化成静态的 URL 形式, 如 www.web.com/adc.asp?=321 这样的路径可以通过技术手段映射 www.web.com/abc/321/ 这样的路径。关于动态路径的优化策略, 我会在后面专门讲解。

### 3.2.4 网页标题 title 和 meta 标签

#### 1. 网页 title 和 meta 标签介绍

在学习 HTML 语言时, 我们已经对网页 title 和 META 标签有了一定的了解。标题 title 和 meta 标签主要都放在网页源代码的<head>与</head>中间, 这些内容主要是为了方便搜索引擎蜘蛛程序对网页内容的识别。其中, title 在网页浏览时会显示在浏览器上方, META 标签在网页浏览时是看不到的, 只有查看网页源代码时才能看到。请输入下面的源代码进行验证。

```
<title>电子商务指南</title>
<meta name=keywords content=电子商务、网络营销、网站研究、网络策
划、网上开店、网络广告, Electronic commerce >
<meta name=description content=电子商务指南是王通创办的一个电子
商务专业网站, 主要提供电子商务、网站研究、网络营销、网络广告、网络法律、网
上开店等方面的资讯和研究. 同时提供电子书、资料下载、电子商务博客、电子商务论
坛以及相关咨询策划服务.>
<meta http-equiv=Content-Type content="text/html;
charset=gb2312">
<meta http-equiv="Content-Language" content="zh-cn">
```

#### 2. 如何设计网页标题 title 和 meta 标签, 使其有利于排名

##### (1) 如何设计网页标题

前面例子中的网页标题 title 如下:

```
<title>电子商务指南</title>
```

这部分表示网页标题, 网页标题对网页在各大搜索引擎中的排名有很

大的影响,而且对该网页在其他搜索引擎中的排名也同样有很大的影响。

设计网页标题有以下几点原则。

- 每个网页的标题都要不同,并且要与自身网页的内容相符合。
- 网页标题设计简洁明了,每个页面的标题最好只重点突出 1~2 个关键词,不要太多。
- 标题不要过长,最好不要超过 30 个汉字或 60 个英文字母。

## (2) 如何设计 meta 标签

前面例子中的网页 meta 标签如下:

```
<meta name=keywords content=电子商务,网络营销,网站研究,网络策  
划,网上开店,网络广告,Electronic commerce >
```

```
<meta name=description content=电子商务指南是王通创办的一个电子  
商务专业网站,主要提供电子商务、网站研究、网络营销、网络广告、网络法律、网  
上开店等方面的资讯和研究.同时提供电子书、资料下载、电子商务博客、电子商务论  
坛以及相关咨询策划服务.>
```

```
<meta http-equiv=Content-Type content="text/html;  
charset=gb2312">
```

```
<meta http-equiv="Content-Language" content="zh-cn">
```

以上内容是网页 meta 标签,另外还有许多种网页标签,不过上面这些是最重要的。其中,“<meta name=description content=网络营销策划机构是由著名网络策划人王通创办的国内首家营销策划研究机构,为广大网民和企业提供网络营销新闻、网络营销研究、网站推广方法、网站运营策略、赢利模式研究,网络营销服务.>”是网页描述标签,它主要是给搜索引擎看的,这个标签设计追求简单明了,与该网页内容相符合。为了提高排名,可以适当在里面提高关键词的密度。“<meta name=keywords content=电子商务,网络营销,网站研究,网络策划,网上开店,网络广告,Electronic



commerce >”是关键词标签，目前对 Google 已经没有什么作用了，不过对其他搜索引擎的排名还有一定的作用，这个标签的设计原则是简洁明了，如果是多个关键词，可以用逗号隔开，无关的关键词最好不要写，因为容易被一些搜索引擎当作作弊来处理。“<meta http-equiv=Content-Type content="text/html; charset=gb2312">”和“<meta http-equiv="Content-Language" content="zh-cn">”是网页编码和语言注释标签，主要是给浏览器看的，不同语言的编码都不同，所以做外文网站时一定要注意，最好用潜在客户使用的操作系统的编码，否则潜在客户看到的网页将是乱码。如果你的网站是英文网站，你的潜在客户是针对西欧的，你可以用“<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-1">”或“<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8">”这样的代码。这是网页设计的细节，在做外文网站时一定要注意，因为大部分中文简体制作软件模式的编码都是 gb2312。

### 3.2.5 优秀的网页内容

“网络营销，内容为王”，优秀的内容永远是吸引搜索引擎的最重要的因素，优秀的网页内容主要有以下特点。

- **原创的内容：**容易被众多网站引用，引用的过程中一般都会给这个页面加上链接，所以这个页面可以获得较好的评分，排名自然会好。
- **网站内容丰富：**丰富的网站内容会让 Google 收录网站许多内容，

网站各个页面之间的链接有利于其提高网站各个页面在 Google 中的评分。

- **用文本来表现内容：**内容要用合理的文本描述出来，不要用图片和 Flash 来描述。

### 3.2.6 关键词密度和位置

#### 1. 关键词密度的重要性

关键词密度是许多搜索引擎，如 Google、Yahoo!和 MSN 的搜索算法之一。每个搜索引擎都有一套关于关键词密度的不同的数学公式，关键词密度可使你获得较高的排名位置，但并不是关键词密度越大越好，不同的搜索引擎之间也存在不同的容许级别。

#### 2. 关键词密度概念

关键词密度就是你所强调的关键字或关键词在网页中出现的次数与网页中其他文本内容的比例。例如下面的代码：

```
<html>
<head>
<title>keyword1, keyword2, keyword3</title>
<meta name="keyword" contend="keyword1, keyword2, keyword3">
<meta name="description" contend="keyword1 and keyword2">
</head>
<body>
keyword1 and keyword2, keyword3 and so on!
</body>
</html>
```

在上面的页面中，除去 HTML 代码外，文本内容如下：

```
"keyword1, keyword2, keyword3"  
"keyword1, keyword2, keyword3"  
"keyword1 and keyword2"  
"keyword1 and keyword2, keyword3 and so on! "
```

在上面的代码中一共有 16 个单词，keyword1 出现的次数是 4 次，那么 keyword1 在该网页中的关键词密度为  $4/16=25\%$ 。

### 3. 关键词密度在哪个区间比较合理

一般认为，关键词密度在  $3\%\sim 8\%$  左右适宜，不要刻意追求关键词的堆积，否则会触发关键词堆砌过滤器 (keyword stuffing filter)，会面临被处罚的后果。

### 4. 关键词在网页中的位置

关键词出现的位置也是非常重要的因素，哪些位置出现关键词有利于排名呢？

- **网页标题 title 中：**网页标题 title 是最重要的因素之一，如果你要用某个网页排某一个关键词，一定要在网页标题 title 中加上关键词。
- **meta 标签：**在 meta 标签中要合理地突出关键词，不过要注意不要过密。
- **网页内容的大标题中：**网页内容的大标题一般和网页的 title 标题差不多，这里面也要合理地突出关键词。
- **网页文本：**网页文本内容出现关键词时，要合理地突出，一般都

用加重<B>来突出。

- **图片注释标签：**网页中出现的图片都可以加上文本注释，例如下面的代码。

一般网页中插入一张图片的 html 代码为：

```
<IMG height=70 width=187 src="images/web136_logo.gif" >
```

将图片加上注释后的代码为：

```
<IMG height=70 width=187 src="images/web136_logo.gif" alt="关键词">
```

alt 注释一定要简洁明了，不要太过冗长，否则会被一些搜索引擎当作作弊来对待。

- **超链接注释：**具体语法格式如下。

```
title="注释内容"
```

不加注释的代码为：

```
<a href="http://www.123.com">链接文本</a>
```

加注释后的代码为：

```
<a href=http://www.123.com title="包含有关键词的链接描述">链接文本</a>
```

### 3.2.7 反向链接

#### 1. 什么是反向链接

反向链接是指 A 网页上有一个链接指向 B 网页，那么 A 网页就是 B



网页的反向链接。查看一个网站的反向链接可以使用 Google 工具条，也可以直接使用 Google。

## 2. 如何查看反向链接

查看 [www.doec.net](http://www.doec.net) 的反向链接的方法为：在 Google 中输入 Link:www.doec.net。

## 3. 反向链接的哪些因素影响网站的排名

### (1) 反向链接的数量

一个网页反向链接的数量越多，说明这个网页的内容被引用的越多，被关注的越多，所以反向链接的数量越多越好。

### (2) 反向链接的质量

如果一个网页被一个权威网站指向了一个链接，那么这个网页被指向的该链接就是一个高质量的链接。这条因素非常人性化，和现实生活中的一些情况是对应的。例如，你有一个产品，对于该产品而言，如果有一个权威专家说它好，可能胜过 10 个普通人说它好。你的网页就如产品，权威网站犹如权威专家。

### (3) 反向链接的文本

反向链接的文本中一定要包含关键词，如果你想提高 [www.seo.net.cn](http://www.seo.net.cn) 在搜索关键词“搜索引擎排名”结果中的排名，那么你在做反向链接时最好用“搜索引擎排名”这个词作为超链接文本，即“<a href="http://www.seo.net.cn">搜索引擎排名</a>”。

### 3.2.8 PageRank 值

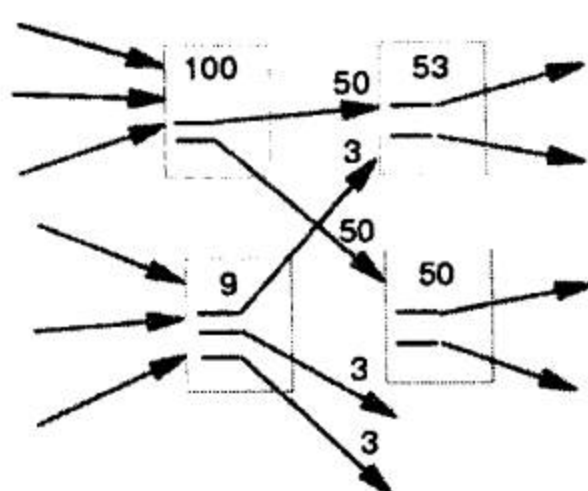
PageRank 简称 PR 值，是基于“从许多优质的网页链接过来的网页，必定还是优质网页”的回归关系，来判定所有网页的重要性的。

PageRank 有效地利用了 Web 所拥有的庞大链接构造的特性。从网页 A 导向网页 B 的链接被看作是页面 A 对页面 B 的支持投票，Google 根据这个投票数来判断页面的重要性。但 Google 不只看投票数（即链接数），对投票的页面也进行分析。“重要性”高的页面所投的票的评价会更高，因为接受这个投票页面会被理解为“重要的物品”。

根据这样的分析，得到了高评价的重要页面会被给予较高的 PageRank（网页等级），在检索结果里的名次也会提高。PageRank 是 Google 中判定网页重要性的综合性指标，而且不会受到各种检索（引擎）的影响。也可以说，PageRank 就是基于对“使用复杂的算法而得到的链接构造”的分析，从而得出各网页本身的特性。

当然，重要性高的页面如果和检索词句没有关联同样也没有任何意义。为此，Google 使用了精炼后的文本匹配技术，使其能够检索出重要而且正确的页面。

下面通过图 3-2 具体地看一下刚才所阐述的算法。具体的算法是，将某个页面的 PageRank 除以存在于这个页面的正向链接，由此得到的值分别和正向链接所指向的页面的 PageRank 相加，即得到了被链接的页面的 PageRank。



PageRank 概念图（引自 Page et al. (1998) Figure 2'Simplified Page Calculation'）

图 3-2

由此可知，提高 PageRank 的要点大致有如下 3 个。

- **反向链接数**：单纯意义上的受欢迎度指标。
- **反向链接是否来自推荐度高的页面**：有根据的受欢迎指标。
- **反向链接源页面的链接数**：被选中的几率指标。

首先，最基本的是，被许多页面链接会使推荐度提高，也就是说“被许多页面链接的受欢迎的页面必定是优质的页面”。所以以**反向链接数**作为受欢迎度的一个指标是很自然的。这是因为链接是一种被看作“可以看看这个页面/这个页面会有用”的推荐行为。但是，值得骄傲的是，PageRank 的思考方法并没有停留在这个地方。

也就是说，不仅仅是通过**反向链接数**的多少，还给推荐度较高页面的**反向链接**以较高的评价。同时，对来自总链接数少的页面的链接给予较高的评价，而对来自总链接数多的页面的链接给予较低的评价。换句话说就是，“（汇集着许多推荐的）好的页面所推荐的页面，必定也是同样好的页面”和“与感觉在被胡乱链接的链接相比，被少数挑选出的链接肯定是

优质的链接”这两种判断同时进行着。一方面，来自高水平网页的正规链接将会被明确重视，另一方面，来自张贴有完全没有关联性的类似于书签的网页的链接会被认为“几乎没有什么价值（虽然比起不被链接来说好一些）”而被轻视。

因此，如果被类似于 Yahoo! 这样 PageRank 非常高的站点链接，则网页的 PageRank 会上升；相反，无论有多少反向链接数，如果全都是从没有多大意义的页面链接，则 PageRank 也不会轻易上升。不仅是 Yahoo!，从某个领域有权威的（或固定的）页面来的反向链接也是非常有益的。但是，只是单纯地在自己一些同伴之间制作链接，很难看出有什么价值，要从全世界所有网页的视点来判断你的网页是否真正具有价值。

综合性分析这些指标，最终形成了将评价较高的页面显示在检索结果相对靠前的搜索结构。

以往的做法只是单纯地使用反向链接数来评价页面的重要性，但 PageRank 所采用方式的优点是能够不受机械生成的链接的影响。也就是说，为了提高 PageRank，需要有优质页面的反向链接。例如，如果委托 Yahoo! 登录你的网站，就会使 PageRank 骤然上升，但是为此你必须致力于制作网页的内容，这样，就使提高 PageRank 基本上没有捷径。不只限于 PageRank，Clever 和 HITS 等也同样，在利用链接构造的排序系统中，以前单纯的 SPAM 手法将不再通用，这是最大的一个优点，也是 Google 方便使用的最大理由。

注意，PageRank 由 Google 定量，而与用户检索内容的表达式完全无关。检索语句不会呈现在 PageRank 自己的计算式上，不管得到多少检索



语句, PageRank 也是一定的, 是文件固有的评分量。

PageRank 的定性说明大致就是这样。但是, 为了实际计算排列次序、比较等级, 需要进行更定量性的讨论。第 4 章将做详细的说明。

### 3.2.9 robots.txt 和 Robots META 标签

搜索引擎都有自己的搜索机器人 (ROBOTS), 并通过这些 ROBOTS 在网络上沿着网页上的链接 (一般是 http 和 src 链接) 不断抓取资料建立自己的数据库。对于网站管理者和内容提供者来说, 会有一些站点内容不希望被 ROBOTS 抓取而公开。为了解决这个问题, ROBOTS 开发界提供了两个办法, 分别是 robots.txt 和 Robots META 标签。

#### 1. robots.txt

##### (1) robots.txt 简介

robots.txt 是一个纯文本文件, 如果在这个文件中声明该网站中不想被 ROBOTS 访问的部分, 则该网站的部分或全部内容就可以不被搜索引擎收录, 也可以指定搜索引擎只收录指定的内容。

当一个搜索机器人访问一个站点时, 它会首先检查该站点根目录下是否存在 robots.txt, 如果存在, 搜索机器人就会按照该文件中的内容来确定访问的范围; 如果不存在, 那么搜索机器人就会沿着链接抓取。

robots.txt 必须放置在一个站点的根目录下, 而且文件名必须全部小写, 如表 3-2 中的例子所示。

表 3-2 robots.txt 文件救命

网站 URL	相应的 robots.txt 的 URL
www.w3.org/	www.w3.org/robots.txt
www.w3.org: 80/	www.w3.org:80/robots.txt
www.w3.org: 1234/	www.w3.org:1234/robots.txt
w3.org/	w3.org/robots.txt

## (2) robots.txt 的语法

robots.txt 文件包含一条或更多的记录，这些记录通过空行分开（以 CR、CR/NL 或 NL 作为结束符），每一条记录的格式如下：

```
"<field>: <optionalspace><value><optionalspace>"
```

在该文件中可以使用“#”进行注释，具体使用方法和 UNIX 中的惯例一样。该文件中的记录通常以一行或多行 User-agent 开始，后面加上若干 Disallow 行，详细情况如下。

- **User-agent:** 该项的值用于描述搜索引擎 ROBOTS 的名字，在 robots.txt 文件中，如果有多条 User-agent 记录，说明有多个 ROBOTS 会受到该协议的限制，对该文件来说，至少要有一条 User-agent 记录。如果该项的值设为“\*”，则该协议对任何机器人都有效，在 robots.txt 文件中，User-agent:\*这样的记录只能有一条。
- **Disallow:** 该项的值用于描述不希望被访问到的一个 URL，这个 URL 可以是一条完整的路径，也可以是部分的路径，任何以 Disallow 开头的 URL 均不会被 ROBOTS 访问到。例如，

“Disallow:/ help”对“/help.html”和“/help/index.html”都不允许使用搜索引擎访问，而“Disallow:/help/”则允许 ROBOTS 访问“/help.html”，而不能访问“/help/index.html”。任何一条 Disallow 记录为空，说明该网站的所有部分都允许被访问，在 /robots.txt 文件中，至少要有一条 Disallow 记录。如果 /robots.txt 是一个空文件，则对于所有的搜索引擎 ROBOTS，该网站都是开放的。

### (3) robots.txt 基本的用法

下面介绍 robots.txt 基本的用法。

- 禁止所有搜索引擎访问网站的任何部分的代码如下：

```
User-agent: *
Disallow: /
```

- 允许所有的 ROBOT 访问的代码如下：

```
User-agent: *
Disallow:
```

或者也可以建一个空 robots.txt 文件。

- 禁止所有搜索引擎访问网站的几个部分（如下面的 cgi-bin、tmp、private 目录）的代码如下：

```
User-agent: *
Disallow: /cgi-bin/
Disallow: /tmp/
Disallow: /private/
```

- 禁止某个搜索引擎的访问（如下面的 BadBot）的代码如下：

```
User-agent: BadBot
Disallow: /
```

- 只允许某个搜索引擎的访问(如下面的 WebCrawler)的代码如下:

```
User-agent: WebCrawler
Disallow:
User-agent: *
Disallow: /
```

(4) 常见搜索引擎机器人的名字如表 3-3 所示。

表 3-3 常见搜索引擎机器人名称

名 称	搜 索 引 擎
Baiduspider	www.baidu.com
Scooter	www.altavista.com
ia_archiver	www.alexa.com
Googlebot	www.google.com
FAST-WebCrawler	www.alltheweb.com
Slurp	www.inktomi.com
MSNBOT	search.msn.com

(5) robots.txt 举例

下面是一些著名站点的 robots.txt。

- www.cnn.com/robots.txt。
- www.google.com/robots.txt。
- www.ibm.com/robots.txt。
- www.sun.com/robots.txt。
- www.eachnet.com/robots.txt。

(6) 常见的 robots.txt 错误

- 颠倒了顺序, 如下面的代码。



错误的代码为:

```
User-agent: *  
Disallow: GoogleBot
```

正确的代码为:

```
User-agent: GoogleBot  
Disallow: *
```

- 把多个禁止命令放在一行中, 如下面的代码。

错误的代码为:

```
Disallow: /css/ /cgi-bin/ /images/
```

正确的代码为:

```
Disallow: /css/  
Disallow: /cgi-bin/  
Disallow: /images/
```

- 行前有大量空格, 如下面的代码。

```
Disallow: /cgi-bin/
```

尽管在标准中没有谈到这个, 但是这种方式很容易出问题。

- 404 重定向到另外一个页面。当 ROBOTS 访问很多没有设置 robots.txt 文件的站点时, 会被 404 自动重定向到另外一个 HTML 页面, 这时, ROBOTS 常常会以处理 robots.txt 文件的方式处理这个 HTML 页面文件。虽然一般这样没有什么问题, 但是最好能放一个空白的 robots.txt 文件在站点根目录下。
- 采用大写, 如下面的代码。

```
USER-AGENT: EXCITE  
DISALLOW:
```

虽然标准是不区分大小写的，但是目录和文件名应该小写，如下面的代码：

```
user-agent: GoogleBot  
disallow:
```

- 语法中只有 Disallow，没有 allow，如下面的代码。

错误的代码为：

```
User-agent: Baiduspider  
Disallow: /john/  
allow: /jane/
```

- 忘记加斜杠“/”，如下面的代码。

错误的代码为：

```
User-agent: Baiduspider  
Disallow: css
```

正确的代码为：

```
User-agent: Baiduspider  
Disallow: /css/
```

可以使用小工具 [www.searchengineworld.com/cgi-bin/robotcheck.cgi](http://www.searchengineworld.com/cgi-bin/robotcheck.cgi) 专门检查 robots.txt 文件的有效性。

## 2. Robots META 标签

robots.txt 文件主要用于限制整个站点或者目录的搜索引擎访问情况，

而 Robots META 标签则主要是针对一个个具体的页面。和其他的 META 标签一样（如使用的语言、页面的描述和关键词等），Robots META 标签也放在页面的<head>和</head>中，专门用来告诉搜索引擎 ROBOTS 如何抓取该页的内容。

Robots META 标签中没有大小写之分，name="Robots"表示所有的搜索引擎，可以针对某个具体搜索引擎写为 name="BaiduSpider"。content 部分有 4 个指令选项，分别是 index、noindex、follow、nofollow，指令间以逗号“,”分隔。INDEX 指令告诉搜索机器人抓取该页面；FOLLOW 指令表示搜索机器人可以沿着该页面上的链接继续抓取下去；Robots META 标签的默认值是 INDEX 和 FOLLOW，只有 inktomi 除外，它的默认值是 INDEX 和 NOFOLLOW。

这样，一共有下面 4 种组合：

```
<META NAME="ROBOTS" CONTENT="INDEX, FOLLOW">  
<META NAME="ROBOTS" CONTENT="NOINDEX, FOLLOW">  
<META NAME="ROBOTS" CONTENT="INDEX, NOFOLLOW">  
<META NAME="ROBOTS" CONTENT="NOINDEX, NOFOLLOW">
```

其中，“<META NAME="ROBOTS" CONTENT="INDEX, FOLLOW">”可以写成“<META NAME="ROBOTS" CONTENT="ALL">”；“<META NAME="ROBOTS" CONTENT="NOINDEX, NOFOLLOW">”可以写成“<META NAME="ROBOTS" CONTENT="NONE">”。

需要注意的是，robots.txt 和 Robots META 标签限制搜索引擎机器人（ROBOTS）抓取站点内容的办法只是一种规则，需要搜索引擎机器人的配合才行，并不是每个 ROBOTS 都能遵守的。

目前看来, 绝大多数的搜索引擎机器人都遵守 robots.txt 的规则, 而对于 Robots META 标签, 目前支持的并不多, 但是数量正在逐渐增加, 如著名搜索引擎 Google 就完全支持, 而且 Google 还增加了一个指令 archive, 可以限制 Google 是否保留网页快照。例如, “<META NAME="googlebot" CONTENT="index, follow, noarchive">”表示抓取该站点中页面并沿着页面中的链接抓取, 但是不在 Google 上保留该页面的网页快照。

### 3.3 对搜索引擎排名不利的因素

通过本节内容, 你可以了解到一个网站的哪些因素不利于搜索引擎的排名, 因此, 本节内容非常重要。如果你的网站存在不利于网站排名的因素, 不仅无法获得较好的排名, 还有可能使你的网站在搜索引擎中根本无法找到。

熟练掌握本节内容, 你可以在网站设计过程中避免出现许多错误, 从而快速走上正确的 SEO 道路。

#### 3.3.1 框架网页

##### 1. 框架网页的缺点

框架曾经一度很受欢迎, 但现在是大不如前了。一个基于框架的网站, 从浏览器窗口看是被分为两个或者更多的框架的, 每个框架是一个 Web 页面, 如图 3-3 所示。



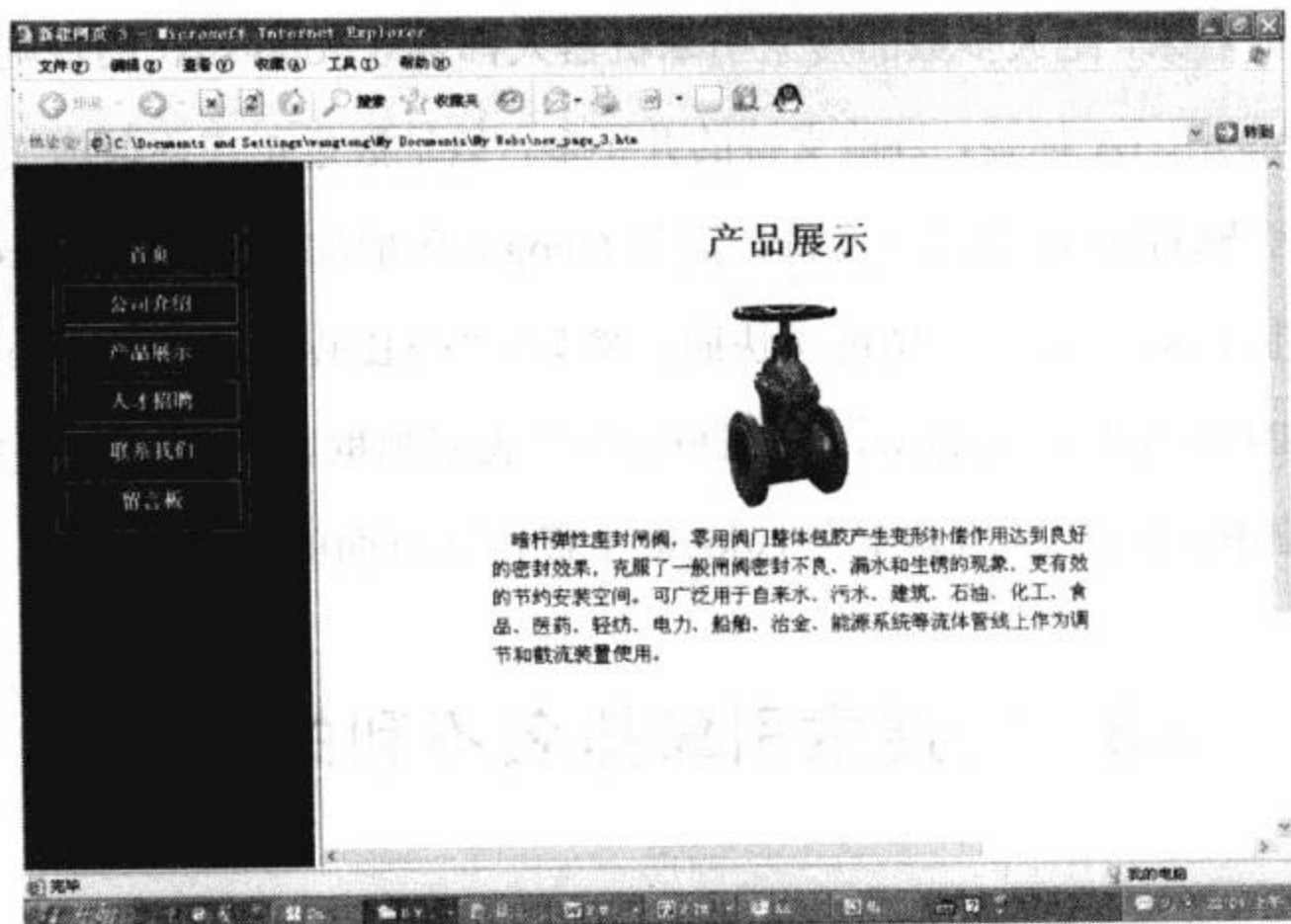


图 3-3

使用框架会带来许多麻烦。有许多浏览器并不能很好地处理框架，事实上，许多能兼容框架的浏览器并不能真正兼容，往往在载入框架时就力不从心了。另外，许多设计者使用框架并没有进行充分的测试，他们设计网站是在高分辨率下进行的，没有意识到这样会导致低分辨率的用户无法使用。

站在搜索引擎的角度看，框架会引起下面的问题。

- 一些搜索引擎在理解框架定义时会难以分辨框架定义的页面和当前实际页面。
- 即使搜索引擎顺利索引了页面，它也不是按照框架定义的那样（在框架中定义的页面属于框架），而是将框架中定义的页面看成是独立的页面加以索引。

- 在下面的情况下可能会遇到麻烦，你会发现不能指向具有细节内容的页面。
  - 有链接活动时，别的网站只能进入到前台页面，而不能进入具有细节内容的页面。
  - 如果你购买了点击付费的广告，那你的客户不能直接进入你有详细产品介绍的页面。
  - 如果你把你的产品加入了购物类的地址目录列表，则会遇到同样的问题。
- 按照 Web 标准，一个网页对应唯一的 URL 地址，而框架应用中，往往是一个 URL 地址对应多个框架，在这种情况下，搜索引擎就无所适从了。
- Google 在处理框架时，是把请求返回的页面从框架中剥离出来。

## 2. 框架真相

下面是框架定义的示例代码：

```
<html>
<head>
</head>
<frameset rows="110, *>
<frame src="navbar.htm">
<frame src="main.htm">
</frameset>
</html>
```

这段代码描述了怎样创建框架。它告诉浏览器创建两行，即两个框架，其中位于顶端的框架行高为 110 像素；处于下方的框架行高为浏览器所能

定义的余下像素，用“\*”表示；并且定义将 navbar.htm 放在位于上面的框架中；main.htm 放在位于下方的框架中。许多大型的搜索引擎能够通过这个框架找到通往 navbar.htm 和 main.htm 文件的路径，如 Google。但一些比较老的系统不能正常显示这个框架。

即使页面被成功地索引，被用来指向内部框架的页面是被作为独立的页面显示的，但这并不是设计者所希望的，我们可以作如下的改进。

- 在框架定义的时候提供必要的信息供搜索引擎索引。
- 确保所有的搜索引擎能够找到路径通向主站点。
- 确保页面以正确的框架设置显示。

#### (1) 为搜索引擎提供必要的索引信息

我们首先要做到的事情是，在定义框架的页面代码中加入供搜索引擎索引的信息。

首先，加一个 title 和 meta 标签，如下面的代码：

```
<Html>
<Head>
<title> </title>
<Meta name="description" content=" ">
<Meta name="keywords" content=" ">
</head>
<frameset rows="110, *>
<frame src="navbar.htm">
<frame src="main.htm">
</frameset>
</html>
```

在框架定义后定义一个<noframes>标签，<noframes>标签定义在<body>标签内，用于当浏览器不能正确显示框架页时显示文本。代码

如下：

```
<frameset rows="110, *>
<frame src="navbar.htm">
<frame src="main.htm">
<noframes>
<body>
<h1>广告语。。。</h1>
<p>[提示：本网站使用框架，你看到这个信息说明你的浏览器不支持框架]</p>
<p>网站介绍</p>
</body>
</noframes>
</frameset>
</html>
```

`<noframes>`和`</noframes>`标签是用来设计当浏览者的浏览器不能正确显示框架时显示文本，现在还有一些人在使用这样的浏览器，通过这种方式提供搜索引擎索引的信息。例如，你可以将 `main.htm` 中的信息内容放入 `noframe` 区域中，提供 200~400 富含关键字的文本供搜索引擎索引显示。同时要确保`<noframes>`和`</noframes>`标签中的内容是与网站相关的内容，并且对访问者来说有用。

Google 建议`<noframes>`和`</noframes>`标签中的内容应当是替换文本，如果只是一些提示性的语言，如“：你的浏览器不支持框架，需要更新！”这类内容则毫无用处，不仅会被用户排斥，而且还为搜索引擎不容。关于`<noframes>`标签的 HTML 中的标准可以参考 [www.w3.org/tr/rec-html40/present/frames.html#h-16.4](http://www.w3.org/tr/rec-html40/present/frames.html#h-16.4) 中的内容。

不幸的是，很多 Web 设计者竟然把 `noframes` 标签看成是堆放关键词的好地方了，即使在该网页中并没有定义框架。出于这样的原因，搜索引



擎会对 `noframes` 和 `<noframes>` 标签中的内容进行这样的处理：如果没有 `frameset` 标签，则忽略内容；对处于 `frameset` 中的内容降低分值评价，完全予以忽略。

## （2）提供路径导航

在 `noframes` 标签区域内提供路径导航。只是在文本中添加指向站点中其他页面的链接，包括一个简洁的文字链接结构，别忘记链向你的网站地图。

同时应该记住做下面的事情。

- 给所有的框架页面以相应的 `<title>` 和 `meta` 标签，也许许多设计者并不热衷于在框架中做这样的事情，因为浏览器只能读出定义框架网页中的 `title`。但搜索引擎是将每个框架单独索引的，所以有必要为它们都加上索引信息。
- 给所有的框架页面加上清晰的文本导航，以便于搜索引擎漫游你的网站。

## （3）强制设定打开页面

鉴于搜索引擎的工作方式，页面是被独立呈现的。假如用框架创建页面，你肯定希望看到网页以框架的形式呈现，而不是框架页面被拆散。因此可以插入一段 JavaScript 代码来实现框架页面的装载。当然如果浏览者的浏览器不支持 JavaScript，那就另当别论了，不过这个比例非常小。

可以在每一个框架页里加入如下 JavaScript 代码，则当浏览者装载框架页面时，默认打开首页：

```
<script language="JavaScript">  
<!--
```

```
If (top==self) self.location.href="index.html";
//-->
</script>
```

当然，使用这段代码会带来下面的一些问题。

- 浏览者进入的页面不是搜索引擎索引的页面，而是 index.html 页面，浏览者不得不通过导航进入他想要看的内容。
- 浏览器的“后退”按钮失效了，因为每一次浏览器读到 JavaScript 代码，就重载一次首页。

最好的修正方法是不用框架，框架的确可以给人带来不必要的麻烦，虽然不能否认它在一些场合表现不错，但是，如果你还是感觉用框架去建设网站好的话，那你就真的错了。

### 3. 应用 iframes

iframes 是特殊的框架，它允许从一个页面中抓取内容放入另外的页面中，同样，也可抓取图片放入别的页面中，标签的语法格式如下：

```
<iframe src="page.html">
</iframe>
```

iframe 同样会存在同框架类似的问题。通常，一些搜索引擎不会看到 iframe 中的内容，同样也会将框架拆散，单独索引的。

可以在 iframe 标签内部加上如下的链接：

```
<iframe src="page.html"><a href="page.html" target="_blank">
Click here for more amazing!
</iframe>
```

同样，可以应用前面提到的 JavaScript 代码设置装载首页和在<iframe>

的底部提供一个链向首页的链接。

### 3.3.2 Flash 网页

Flash 技术在网页设计中的应用非常广泛，很多网站甚至全部用 Flash 来设计。这样的网站虽然因为使用了 Flash 技术而表现得非常漂亮，但是也会因为采用了 Flash 技术，导致这些网页存在严重的不利于搜索引擎排名的因素。因为目前大部分的搜索引擎根本无法识别 Flash 中的相关信息，而技术最好的 Google 也仅仅只能检索到部分 Flash 文件中的内嵌链接。如果我们打开一个知名设计师的网站首页，代码如下：

```
<!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional
//EN"
"http://www.w3.org/TR/html4/loose.dtd">
<html>
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html;
charset= gb2312">
<title>网页设计</title>
<link href="css/css1.css" rel="stylesheet" type="text/css">
</head>
<body>
<object
classid="clsid: D27CDB6E-AE6D-11cf-96B8-444553540000"
codebase="http://download.macromedia.com/pub/shockwave/cabs/f
lash/swflash.cab#version=6, 0, 29, 0" width="1000" height="613">
<param name="movie" value="index.swf">
<param name="quality" value="high">
<embed
src="index.swf" quality="high"
pluginspage="http://www.macromedia.com/go/getflashplayer"
```

```
type="application/x-shockwave-flash" width="1000"  
height="613"></embed>  
</object>  
</body>  
</html>
```

然后，我们用搜索引擎蜘蛛模拟器抓取这个网页的内容，蜘蛛模拟器下载地址为 <http://www.seo.net.cn/tool/moni.htm>。结果如下：

**Spidered Text:** (蜘蛛可识别的文本)

网页设计

**Spidered Links:** (蜘蛛可识别的链接)

No spiderable links found.

**Meta Keywords:** (蜘蛛可识别的关键词 Meta 标签)

No meta keywords found.

**Meta Description:** (蜘蛛可识别的关键词网页描述标签)

No meta description found.

由此可见，搜索引擎蜘蛛既没有抓取到 Flash 网页中的文本信息，也没有抓取到里面相关的各类链接。

### 3.3.3 不可见的导航

导航栏不在搜索引擎的视线内同样是影响搜索引擎排名的一个普遍问题，也许比我们上面提到的框架问题更为普遍。幸运的是，我们能轻松解决这样的问题。

许多网站导航对搜索引擎来说不可见，这是很可怕的事情，一个网页的呈现是通过在服务器端和浏览器端两个地方被编译完成的。如果导航栏的创建只考虑到浏览器端，那么极有可能为搜索引擎所不见。如下面的



代码:

Java Applets  
JavaScripts  
Macromedia flash

可以通过下面的方法判断上面的导航栏使用了哪种技术。

(1) 假如导航栏使用 Java Applet, 当装载网页时, 你极有可能在导航栏的位置看到一个灰色框, 当然时间不会太长, 可能还有一个提示“loading java applet!”。

(2) 查看页面的源代码, 看看导航栏是怎样创建的。

(3) 关闭显示 JavaScripts 和其他活动脚本的设置, 再重载页面看看导航栏的变化。

### 1. 查看源代码

查看网页的源代码的方法为: 打开你想查看的网页, 在浏览器的主菜单上选择“查看”→“源文件”命令, 这样就可以通过源代码查看导航栏了。

例如, “<applet code="MenuApplet" width="160" height="400" Archive=<http://www.yourdomain.com/menu.jar>>”就是由 Java Applet 创建的一个导航栏目, 搜索引擎是读不到 applet 文件的, 当然它对于搜索引擎来说就不可见了; 又如 “<script type="JavaScript"src="/menu/menu.js"></ script>”是一个由 JavaScript 创建的导航栏, 搜索引擎同样很难索引它, 从而导致它对于搜索引擎不可见。

下面的例子是基于 Flash 来建立导航栏的, 它同样对于大多数搜索引

擎来说是不可见的。

```
<embed src=><"flash/rcbank_nav02.swf" quality=high
pluginspage=http://www.macromedia.com/
shockwave/download/index.cgi?pl_version=shockwaveflash"type
="application/x-shockwave-flash"width="750" height="84"> </embed>
```

上面所举的例子都很好判断, 下面是另外一种形式的导航, 同样会带来麻烦。

```
<a href="JavaScript: void (0)" onclick="javascript:
window.op
('http://yourdomain.com/ race/', ' rat race', '
width=550, height=600, left=20, top=20, screenx=0,
screeny=100, resizable=yes, scrollbars=yes')"
onmouseout="mm_swapimgrestore()" onmouseover="mm_swapimage
('race', ' ', 'images/ race2.gif', 1)">
</a>
```

上面代码中的链接是用 JavaScript 事件驱动去触发相应事件的, 其中的几个事件的说明如下。

- **onclick** 事件: 当单击链接时触发运行, 打开一个该链接指向的新页面。
- **onmouseover** 事件: 当鼠标指向链接时触发运行, 这里是调用 `mm_swapimage` 程序, 交换导航按钮的背景图片。
- **onmouseout** 事件: 当鼠标从链接上移开时触发运行。在这个例子中, 它调用 `mm_swapimgrestore` 程序, 让按钮背景图片回到最初的设置。

这种链接也许看上去很不错, 但是如果 JavaScript 关闭了就不能工作。

正确地定向 URL 靠锚定标签 “<a>” 中 “herf=” 中的地址，在例子中的这个位置使用 JavaScript 来完成定位工作，搜索引擎是不会理解这种形式的链接的。

## 2. 关掉 scripting 和 java

你可以在浏览器中关掉 scripting 和 java 设置，再看看结果，如果导航栏完全消失了，或者导航栏可见但是不能工作了，那说明你的网页可能有麻烦了。

下面介绍怎样在 IE 浏览器中设置 scripting 和 java 禁用功能（其他浏览器类似）。

(1) 在 IE 浏览器主菜单中选择 “工具” → “Internet 选项” 命令，打开 “Internet 选项” 对话框。

(2) 选择 “安全” 选项卡。

(3) 单击 “自定义级别” 按钮。

(4) 选择 “ActiveX 控件和插件” 选项，将该项下所有选项设为 “禁用”。

(5) 选择 “脚本” 选项，将该项下所有选项设置为 “禁用”。

(6) 保存设置，关闭对话框

现在重载想要检查的页面，观察导航栏，看看是否还存在，如果还在，则点击一下，看看是否能正常工作。如果导航栏消失不见或者链接中断了，也是搜索引擎遇到了问题。

如果当你打开页面时，发现页面中其他部分不能显示了，如果页面是用脚本创建的，那么同样对于搜索引擎来说是不可见的。

没有简单、快捷、临时的方法中止 Flash 的工作，但是，你可以借助其他软件工具来实现。最好为你的 IE 装上一个 PopUpCop ([www.popupcop.com](http://www.popupcop.com)) 或 jTFlashManager ([www.jtedley.com/jtflashmanager](http://www.jtedley.com/jtflashmanager)) 等第三方工具，以方便你的检测。

### 3. 导航栏的优化

假如你想继续使用这类搜索引擎不可见的导航栏，可以将头部的导航栏做一个副本，为页面增加一个第二种形式的导航。例如，你可以用文本链接的方式做一个与头部链接结构相同的导航放在页面的底部。如果你的页面很长并且显得混杂，则可以考虑在靠近顶部的页面位置或页面左侧放置一个小型的文本链接（要知道，放在右边不如放在左边，因为搜索引擎索引页面时同人们浏览页面的习惯一样，左边将受到更多的关注）。

### 3.3.4 代码混乱

页面越混乱，搜索引擎抓取页面内容就越困难。我们通常认为用于创建页面的某些内容不是实际的页面内容，这些内容会造成页面混乱。下面介绍规范页面代码的方法。

#### 1. 使用外部 JavaScript

可以不把 JavaScript 代码放在页面代码中，而把它以外部文件的形式组织起来放在服务器上，用调用的方式来实现其功能。这样做的原因有以下几点。

- 以外部文件的形式组织会更安全。意思是说，当我们在修改页面



时, JavaScript 代码被破坏的可能要小得多。

- 更易于管理。可以专门建一个目录用于管理所有的 JavaScripts 文件。
- 会减少下载的时间。如果你的多个页面用到相同的 Scripts, 则浏览器只下载一次, 把它保存在缓存中可以提高速度。
- 可以提高重用性。如果你要对 Scripts 做修改, 那你不用对每一个页面都做修改, 你只需要对外部文件做修改就可以了。

创建外部 JavaScript 是比较容易的, 只需要将<script>和</script>中的文本通过文本编辑器保存, 然后将文件以.js 文件格式保存在 Web 服务器上面, 最后在<script>和</script>标签中将“src=”的属性项设置成路径, 具体代码如下:

```
<script language="JavaScript" type="text/ JavaScript " src=
"/scripts/mouseover_script.js"></script>
```

通过这样处理 Scripts 代码可以大大减少“臃肿”的页面代码。

## 2. 使用 document.write 移除问题代码

假如你有一个复杂的导航栏, 它可以变换颜色和图片, 其上还有下拉列表, 同样也可以变换颜色。这样的代码量一般可以达到 5000~6000 个字符, 如果再加上一些 Flash 元素, 那么可能达到 7000 个字符。对于这种情况, 可以通过使用 JavaScript 来将它全部移除, 具体方法如下。

(1) 在一个外部文件中输入以下的文本。

```
<!--
Document.write(" ")
//-->
```

(2) 将要移去的代码从 HTML 页面剪切、粘贴到下面代码的双引号中。

```
Document. Write ("在这里粘贴代码")
```

(3) 保存文件 (如 navbar.js) 并上传到服务器。

(4) 在 HTML 页面调用外部文件, 使用与 JavaScript 同样的调用方法。

```
<script language= "JavaScript" type="text/ JavaScript"  
    src="/scripts/navbar.js">  
</script>
```

当然, 通过这种方法移去了导航栏后, 搜索引擎是无法索引导航栏的, 正如我们前面提到的一样, 需要做一个轻量的文本导航放在网页的底部或左侧来供搜索引擎抓取。很显然, 这个轻量的文本导航要节省很多空间。

### 3. 使用外部 CSS 样式文件

如果你能将页面中的 JavaScript 代码替换成外部文件, 同样你也能将页面中杂乱的 CSS 样式统一为利用外部 CSS 样式调用的方式来使用。当然, 如果这些样式控制符在页面中各自定义的话, 那么, 对于应用同一样式定义的部分, 一旦作修改, 就要一页一页地改, 就达不到重用的目的了, 也有违 CSS 样式的设计初衷。

将在页面中定义的 CSS 样式转化成外部调用形式的方法很简单, 只要将处于<style>和</style>中的所有代码, 包括<style>和</style>标签, 作为一个外部文件以.css 格式存储, 并传到服务器上, 并用<link>标签指向它,

例如下面的代码：

```
<link rel="stylesheet" href="site.css" type="text/css">
```

#### 4. 将图片导航移到页面的底部

图片导航在图片中包含众多的链接。整理这种页面的一种方法是把定义链接的代码移到页面的底部，刚好在</body>标签的前面。这样做不用将代码从页面中移除，极有可能让搜索引擎索引到相关内容。

#### 5. 不要直接从微软的 Word 文档复制、粘贴文本

不从微软的 Word 文档直接复制、粘贴文本是正确的，这样可以避免出现杂乱的、各种格式化控制符。

对于这种问题有下面两种解决办法。

- 以 HTML 格式存储文件。Word 提供了以 HTML 文件存储的方式，只需选用“筛选过的网页”方式存储即可。
- 在网站开发工具中使用 Word 清除工具。许多 HTML 开发工具都增加了 Word 格式化清除工具，用于清除混乱的格式控制符，DreamWeaver 和 FrontPage 都有这样的工具，（选择“工具”菜单下的“HTML 优化”命令，在打开的“HTML 优化”对话框中可以看到）。

### 3.3.5 动态网页

网页的呈现有很多形式，如下面的情况。

- 浏览器请求一个网页。

- Web 服务器发送一个消息给一个数据库程序请求网页。
- 数据库程序通过读取 URL 信息获知请求的页面，编译该页面，并将它返回给服务器。
- 服务器读取页面中的指令。
- 服务器再编译页面，加载一些必要的信息或 Scripts。
- 服务器再将编译好的文件发送给浏览器。

从数据库生成的页面就是通常所说的动态页面，与没有从数据库生成的最为普通的页面——静态页面相对应。为什么叫做动态呢？是因为当在被请求时才生成，在没有被请求之前，该网页是不存在的；而静态网页无论请求与否，始终存在。

很不幸的是，动态网页会带来麻烦，即使是最好的搜索引擎，有时也可能不能读取它们。当搜索引擎爬行程序在运行动态页面时会遇到下面的情况。

- 动态网页发生很小的改变时，搜索引擎爬行的结果往往返回成百度的页面，它们几乎一样，只有很小的差别加以区分。
- 搜索引擎收录的页面可能会频繁地改变，导致搜索的结果不准确。
- 搜索引擎会被动态网站给缠住，从一个页面转到另一个页面，甚至是上千的页面。这种情况通常是这样发生的：程序设计者没有提供恰当的链接代码，并且数据库不断反馈信息给搜索引擎。这种状况甚至会导致你的服务器崩溃。
- 碰巧遇上数据库正在处理成百上千的页面请求时会大大降低服



服务器的速度，搜索引擎会避免在此时工作。

- URL 有时会改变（在介绍 session IDs 会讲到），即使该页面被收录，当有人试图查看该页内容时，它可能已经不存在了。搜索引擎不愿意索引死链接。

### 1. 找出你的动态网站让搜索引擎感到“惊恐”的地方

你可能经常被告知，通过看 URL 就能知道搜索引擎是否会忽略你的网页。<http://www.yourdomain.edu/rodent-racing/march/index.php> 是一个标准的 URL，是一个静态的页面，或者说至少看上去是静态的。与 <http://www.yourdomain.edu/rodent-racing/scores.php?prg=1> 比较一下，后者的文件名以“?prg=1”结尾的，可以肯定它是一个动态的网页。“?prg=1”是一个参数，用于告诉服务器网页需要什么样的信息。对于像 Google 这样的搜索引擎，这种 URL 地址也许还算过得去，但对于部分搜索引擎来说这就很难说了。看一看一个糟糕的 URL 结构：[http://yourdomain.edu/products/index.html?&DID=18&CATID=13&ObjectGroup\\_ID=79](http://yourdomain.edu/products/index.html?&DID=18&CATID=13&ObjectGroup_ID=79)，它包含了 3 个参数，分别是“DID=18”、“CATID=13”和“ObjectGroup\_ID=79”。参数太多了，即便是 Google 都不大可能索引该页面。

假如你拥有干净、不带参数的 URL 地址，搜索引擎是肯定能够搜到的；如果含一个参数，对于主流的搜索引擎来说可能不存在问题；如果带两个参数，就可能麻烦了，幸运的话可能还能被搜到；如果带 3 个参数，搜到的几率就很小了。

你可以通过下面的方法查看网站中的网页是否被收录。

- 假如你的 IE 安装了 Google Toolbar，在 IE 中打开你想要查看的

网页，然后单击 Google Toolbar 上的 i 按钮，选择“缓存的网页快照”命令；或者直接进入 Google 搜索，在搜索框中输入“cache: 相应的 URL 地址”，假如 Google 显示了缓存页，说明该页面被收录了，如果没有显示，再转用其他的方法查看。

- 进入 Google 搜索，在搜索框中直接输入想要查看的网页地址，假如页面被索引了，Google 会显示相关的信息。
- 可以在其他的搜索引擎中用同样的方法查看网页，更多信息可以查看帮助。

## 2. 改进动态网页存在的问题

如何让搜索引擎光顾你充满诗情画意的动态网站呢？下面介绍一些方法。

- 给数据库程序内嵌一套创建静态页面的方法。例如，一些电子商务系统会生成一个静态的目录页面，供搜索引擎索引，但是当访问者单击“购买”按钮时，又转到了动态系统。
- 更改 URL 使其看上去不是指向动态网页。去掉地址中的特殊字符，如“？”、“#”、“！”、“\*”、“%”和“&”，减少参数的数量，最多保留一个。这个当然要找程序开发人员谈谈了，他们知道细节。
- 应用 URL 地址映射技术可以改变 URL 的外观。不同的服务器有不同的相关工具可以选择；例如，mod\_rewrite，是 Apache 服务器的 URL 映射工具，它能将伪地址转换为真实地址。如 <http://yourdomain.com/showprod/20121.html>，服务器知道这个地址

其实不存在，它的真实地址是 [http://yourdomain.edu/showprod/index.html?&DID=18&CATID=13&ObjectGroup\\_ID=79](http://yourdomain.edu/showprod/index.html?&DID=18&CATID=13&ObjectGroup_ID=79)。换句话说，这种映射技术可以使你的动态网页以静态路径显现，方便搜索引擎索引，但是，当要呈现该网页时却是从数据库动态生成的。不过这个技术稍微复杂，可能需要时间掌握。

- 让程序从数据库周期性地生成静态网页。数据库程序周期性地（如每天晚上、数据库更新时）将整个网站生成静态的网页。
- 用 XML 格式的文本向搜索引擎反馈信息。如果使用受信任的反馈，你必须对所提交的信息负责，即使是这样也不保证能收到。
- 也许你可以试试付费收录。付费收录是比较贵的，Google 没有提供这样的服务。想了解更多的关于地址映射细节的话，参考 <http://www.aspl01.com/articles/wayne/extendingnames> 和 [http://apache.org/docs/mod/mod\\_rewrite.html](http://apache.org/docs/mod/mod_rewrite.html) 中的内容。

### 3. 在 URLs 中使用 Session IDs

Session IDs 能够让服务器记录特定的人、特定的时间和在一个会话期间的所有活动（包括访问者访问哪些网页、产生了怎样的行为等）。例如，你通过网站上的链接打开一个页面，服务器将该页发送到你的浏览器；当你打开另外的网页时，服务器就不知道你是同一个人。如果服务器需要知道你是谁，就需要借助与 Session IDs。

Session IDs 的使用出于各种各样的目的，其中最主要的是为了创建交互式的网站。通过 Session IDs 中的 cookies 记录，开发人员知道访问者的

最后一次会话在网站中所处的位置 (cookies 记录是一个文本文件, 能够被服务器读取)。Session IDs 是公用的, 当运行具有一定安全设置的应用软件和需要存储变量时都需要用到。购物车系统就是应用 Session IDs 的一个例子, 系统允许你选好商品放入购物车后继续购物, 它是通过你的 Session IDs 来认识你的。

Session IDs 存在如下的两种方式。

- 它们被保存在 cookies 记录里面。
- 它们可以通过 URL 地址显示。

有些系统设置用 cookies 来保存 Session IDs, 如果 cookies 被设置为禁用, 则可以通过 URLs 来传递 Session IDs。

在 <http://yourdomain.com/index.jsp;jsessionid=07D3CCD4D9A6A9F3FI8NDS23> 网址中, 作为 URL 地址片段的字符串为“07D3CCD4D9A6A9F3FI8NDS23”, 它是指派给 session 会话的标识符。

如果搜索引擎能够认识带 Session IDs 的 URLs, 它也不可能读到引用页面, 因为当搜索引擎抓取返回页面时, 每一次抓取返回, 这个 Session IDs 可能已经过期结束了, 服务器有下面两种处理方式。

- 显示错误的页面, 而不是被索引的页面, 或者是网站的默认页面, 如首页。换句话说, 就是搜索引擎收录的页面已经不存在了。
- 指派一个新的 Session IDs。搜索引擎早期收录的页面 URLs 的会话期已经结束了, 于是服务器重新设置一个 IDs, 替换收录的 URLs, 这样会出现相同的页面对应多个 URLs 地址的情况。

即使搜索引擎读取到了 Session IDs 引用页面 (有时的确可以做到),



它也有可能不会索引它或不会收录你太多的页面。有人经常抱怨，搜索引擎进入网站，不断地请求相同的页面，没有收录多少页面就“走”了，其实是搜索引擎相当“苦恼”，最后不得不“离开”的。有时候，搜索引擎还会不认识 Session IDs 的 URLs，可能看上去你有很多页面被搜索引擎收录了，其实它们很有可能是指向了同一个页面，如首页。

如果网站通过 URLs 传递 Session IDs，可以按照下面的方法来做。

- 用客户端 cookies 存储 Session 信息的方法代替 URLs 传递 Session IDs。当用户发出页面请求时，服务器都会检查 cookies 记录里面的信息。有些用户想通过改变浏览器设置去阻止 cookies，然而，服务器是不会去请求 cookies 的，这样，有可能会陷入进一步的困境。
- 让程序忽略 Session IDs，如果这个请求是搜索引擎发出的话。让服务器传递给搜索引擎程序的页面是不带 Session ID 的，这样搜索引擎就能漫游整个网站，这就是所谓的代理（user-Agent-delivery）。

上面提到的代理方法有一个潜在的问题，这种技术有时被称为伪装，服务器传递一个网页给搜索引擎，却把另外的传给访问者。搜索引擎最不喜欢伪装了，因为设计者经常试图欺骗搜索引擎。对于同一网站，搜索引擎看到的是一个样，访问者看到的却是另外一个样。当然通过这种技术来解决 Session ID 问题不是这种意图。然而，有这种可能性：在搜索引擎没有弄清到底发生了什么之前，会把它当作伪装来处理，不过这种可能比

较小。

### 3.3.6 检查基于 cookies 的导航栏

cookies 是服务器存储在访问者端的一个很小的文本,它像动态网页和 Session ID 一样会给搜索引擎带来一些麻烦。设想一下这样的情景:你访问一个应用 cookies 设置的网站,有时服务器需要存储 cookies 信息,它会发相关的信息到你的浏览器,浏览器会适时地存储这些信息,这些信息中包含 Session ID,当然可能还有其他的一些信息,系统通过这些信息就会知道你是谁,不用每次都登录。

cookies 有时还用作导航使用,如“Home->Rodents->Rats->Racing”。这种方法通常就是利用 cookies 中记录的信息是在你打开一个网页时生成的。如果你使用的是微软的 IE 浏览器,可以通过下面的步骤查看 cookie 文件。

(1) 在主菜单中选择“工具”→“Internet 选项”命令,打开“显示 Internet 选项”对话框。

(2) 选择“常规”选项卡。

(3) 单击“Internet 临时文件夹”栏中的“设置”按钮,打开“设置”对话框。

(4) 单击“查看文件”按钮,打开一个 Windows 窗口,窗口中是临时文件的目录列表,包括 cookies。这些 cookies 的命名规则为“username@domainname.com”。例如,你的计算机名是 jack,你访问中华网(china.com),

那么服务器为你的访问创建的 cookies 文件名是“jack@china.com”。

(5) 双击任意一个 cookies 文件查看内容，会弹出一个警告对话框，单击“是”按钮即可查看。

cookie 文件在记事本中打开。下面就是一个 cookies 记录的内容，这个 cookies 内容是一个 session ID:

```
session_6592091143978628%260statcounter.com/  
1024427234764830142562280738624029775435*
```

这里使用 cookies 并没有什么不妥，除非它们被要求用来作整个网站的导航。如果浏览者的浏览器拒绝接收 cookies，则可以通过服务器设置拒绝向浏览者发送网页接收 cookies 浏览器拒绝。有以下几种情况。

- 一些浏览器根本就不接收 cookies。
- 少部分用户更改了浏览器设置，拒绝接收 cookies。
- 搜索引擎的爬行程序不接收 cookies。

如果你的网站需要使用 cookies，则肯定不会被搜索引擎收录。搜索引擎爬行程序请求一个页面，你的服务器试图给它设置 cookies，当然爬行程序不会同意了，于是你的服务器就拒绝发送页面，那么搜索引擎也就拒绝索引了。怎样检查你的站点是否存在这样的问题呢？需要改变你浏览器的 cookies 设置，并遍历你的网站（这里指的浏览器是微软的 IE），具体方法如下。

(1) 在浏览器主菜单中选择“工具”→“Internet 选项”命令，打开“Internet 选项”对话框。

(2) 选择“隐私”选项卡。

(3) 单击“高级”按钮，打开“高级隐私策略设置”对话框。

(4) 选中“覆盖自动 cookie 处理”复选框。

(5) 在“第一方”和“第三方 cookies”栏中都选中“提示”单选按钮，以使 cookies 更方便你测试网站，以后当服务器企图为你设置 cookies 时都会弹出一个警告对话框，你可以选择接受或拒绝 cookies 设置。

(6) 单击“确定”按钮，关闭“高级隐私策略设置”对话框。

(7) 回到“Internet 选项”对话框，选择“常规”选项卡。

(8) 单击“删除 cookies”按钮，弹出“删除 cookies”对话框。注意，有的网站在你再次登录时会不认识你，需要你重新登录，它们会重新设置 cookies。

(9) 单击“确定”按钮。

(10) 再次单击“确定”按钮退出“Internet 选项”对话框。

现在就看看访问你的网站会发生什么样的状况，每一次访问的站点都试图设置 cookies，会弹出一个消息框，设置阻止 cookies，看是否能继续访问，如果不能访问，那说明搜索引擎程序也不能访问。

解决这个问题的方法如下。

- 避免使用 cookies。让程序设计者另辟蹊径，改用其他技术，不要依赖 cookies。
- 在使用 Session ID 的地方使用代理脚本（user-agent script），通过服务器来判断，如果是一般的访问者，它需要设置 cookies；如果是搜索引擎的爬行程序，则它不需要设置 cookies。



### 3.3.7 其他注意事项

跳转页面、图片地图和特殊字符也影响搜索引擎排名，下面进行简单介绍。

#### 1. 跳转页面

搜索引擎不会让收录了的页面自动跳转到其他的页面。你可能曾亲眼见过，打开的一个页面告诉你你要的东西转移到其他地方去了，你可以单击链接找到，或等一会儿自动跳转到其他页面。这通常是用 Refresh 标签来实现的，如“<meta http-equiv="refresh" content="0; url=http://yourdomain.com">”。这个标签设置使你浏览的页面立即跳转到 yourdomain.com，搜索引擎是不喜欢这样的页面的。假如你使用 refresh 标签，搜索引擎会忽略该页面（除非你设置很慢的刷新率，如多于 10 分钟）。

#### 2. 图片地图

所谓图片地图是指一幅图片拥有若干的链接。你也许创建过这样的图片链接“”，其中的“usemap=”后面是创建地图的区域范围和链接指向等参数，使用到了 map 标签，例如下面的语句：

```
<map name="m_main">
<area shape="rect" coords="238.159.350.183" href="page1.html">
<area shape="rect" coords="204.189.387.214" href="page2.html">
<area shape="rect" coords="207.245.387.343" href="page3.html">
```

```
<area shape="rect" coords="41.331.155.345" href="page4.html">
.....
<area shape="rect" coords="410.354.584.391" href="page12.html">
```

许多搜索引擎不能读取图片地图的链接，现在的情况可能比以前要好许多了。解决这种问题的办法也挺简单的，就是在页面文件中添加简单的文本链接。

### 3. 特殊的字符

不要使用特殊的字符，如重音字符。使用这些不常用的字符，会在HTML中使用特殊的代码，对于搜索引擎来说，它是不喜欢这些代码的。如你想写“rôle”，有3种方法，分别为“R&ocirc;le”、“R&#244;le”、“role”。

注意，第三种方法在微软的IE中能够很好地显示，但是在其他的浏览器中就很难说了。尽量不要使用这样的字符，因为搜索引擎不喜欢，也不会收录这些单词。

## 3.4 关键词选择

### 3.4.1 关键词的重要性

下面先给大家谈两个案例。

#### 1. 案例一

我的一个客户去年做了一个新的教育网站，因为他公司原来就是帮企业做网站的，所以他知道网站推广的重要性，于是，在6、7月份的旺季，

花了几十万元在各大搜索引擎中买关键词广告，因为购买的关键词非常多，所以每天网站的流量都非常大。在投放广告后，他本以为业务会非常好，但两个月下来，业务并不如自己想象得那么多，最后算了一下各项成本，却发现赔钱了。

这个客户特别纳闷，为什么流量很大，但是业务却很少呢？客户在找到我们之后，我们为它的网站安装了一套网络营销分析系统，然后进行了彻底的分析，分析结果发现，客户购买的关键词中，大部分都是与该行业相关的热门关键词，热门关键词虽然给客户的网站带来了流量，但是用这些热门关键词的用户五花八门，大部分都不是网站的直接潜在客户，大部分浏览者打开网站后连第二个页都没有浏览就离开了。

对于一个网站而言，流量固然重要，但是高质量的流量更为重要。盲目地选择热门关键词，只能为网站带来较大的流量，但是不能帮助网站带来业务，这样做下去肯定赔钱。准确的关键词不一定是热门的关键词。我们采用系统的方法为客户选择了一系列并不是特别热门的关键词，但是这些关键词都可以帮客户网站带来业务。之后，客户花了较少的广告费就获得了比原来还好的效果。

## 2. 案例二

一个传统企业客户在找我们之前曾经找另外一个搜索引擎优化公司做了关键词投放，而且价格非常便宜。每天他都能看到自己的广告显示在 Google 等几个搜索引擎搜索结果的第一页，但是却没有订单。于是他感到很奇怪，为什么我的关键词获得了较好的排名，广告的位置也比较好，却

没有订单呢?

许多关键词广告代理商利用客户喜欢比较价格的习惯,推出了所谓的关键词包年和关键词包月等服务,然后以较低的价格销售给企业用户。因为企业用户不懂搜索引擎优化,但是又想尝试一下,于是就选择了这些服务商。最后钱花了,但是却没有效果,于是开始怀疑网络。

关键词获得了较好的排名,但是却没有订单?我们在为企业网站安装了网络营销分析系统后,经过分析发现,客户投放的这些关键词竟然都是一些没有人使用的关键词。没有人使用的关键词,获得再好的排名都没有用。

### 3. 案例分析

以上两个案例是搜索引擎优化中非常常见的事情,有非常多的公司和企业在开展搜索引擎优化时都会犯这个错误。搜索引擎优化,钱花了,没有效果,最大的原因很可能就是选择了错误的关键词。

在搜索引擎优化的整个环节中,关键词的选择是最为重要的,如果你选错了关键词,可能会导致以下严重的后果。

- 如果你选择的关键词完全错误,你后面的所有搜索引擎推广工作都等于白做。因为,你选择的关键词根本很少有人用,就算获得了较好的排名,进行的关键词广告投放也无法带来流量。
- 如果你选择的关键词不够准确,后果将更严重。如果你选择的是非常热门但不够准确的关键词,将会浪费你大量的人力、时间和推广费用,甚至太多的垃圾流量会造成你的网站浏览速度缓慢。



同时，这些关键词因为不够准确，所以转化率非常低，虽然可以为你的网站带来一定的流量，但却带不来订单。

如果你已经做过搜索引擎推广，但是你的推广效果不明显，你就要检查自己的关键词是否选择正确了。

### 3.4.2 选择关键词的原则

只有选择准确的关键词，才能真正地给网站带来订单。那么。什么样的关键词才是准确的关键词呢？答案就是我们的潜在客户会用到的关键词。我们的潜在客户会用到哪些关键词呢？我们就需要站到用户的立场去思考，站到用户的立场去思考就是选择关键词的基本原则。

### 3.4.3 选择关键词的方法

关键词的选择非常重要，那么如何选择准确的关键词呢？下面将介绍一系列方法。

#### 1. 确定显而易见的关键词

我们每个人都熟悉自己的行业，每个行业都有一些显而易见的关键词，比如工艺品行业中，“工艺品”就是显而易见的关键词。

在做关键词选择的第一步，我们首先需要确定自己所属行业的显而易见的关键词，然后用这些关键词开展搜索引擎优化和关键词广告投放，可以获得一定的潜在客户。

## 2. 分析竞争对手的关键词标签

在你的行业领域内你们有哪些竞争对手呢？这些竞争对手中哪些网络营销开展得非常好呢？确定了目标竞争对手之后，我们就可以通过竞争对手网站的关键词标签来获得一些准确的关键词。

如何查找竞争对手？有下面两种方法。

- 通过业内打听。
- 通过显而易见的关键词在各大搜索引擎搜索。

如何查看关键词标签呢？方法为：打开竞争对手的网站，然后在浏览器主菜单中选择“查看”→“源代码”命令，此时记事本就会自动打开，并显示竞争对手网页的源代码，检查该代码的 keyword meta 标签，就可以获得竞争对手使用的关键词。

## 3. 通过关键词分析工具获得关键词

目前，各个搜索引擎都提供相关的关键词分析建议工具，通过关键词分析工具我们可以查到一个关键词的相关关键词以及各个关键词的使用频率等。下面给大家介绍几款关键词分析工具。

### （1）英文关键词分析工具

英文关键词分析工具 <http://www.seo.net.cn/b/>使用起来非常简单，详细操作如下。

在查询框输入你要查的关键词，如 china tour，如图 3-4 所示。然后单击页面右边的按钮，或者按 Enter 键。



图 3-4

搜索结果如图 3-5 所示,从图中我们可以清晰地看到与 china tour 相关的各个关键词以及其在过去一个月中在 Overture 搜索引擎中的使用频率。

Get suggestions for: (may take up to 30 seconds)

china tour

Note: All suggested search terms are subject to our standard editorial review process.

Searches done in March 2006	
Count	Search Term
18462	china tour
718	china package tour
605	china operator tour
489	china tour travel
224	china hong kong tour travel
219	china ritz tour
196	china great tour wall
177	china guide tour
173	china great tour virtual wall
172	china escorted tour
152	china odyssey tour
144	cheap china tour
128	beijing china tour
123	china tour virtual

图 3-5

## (2) Google 的关键词工具

Google 的关键词工具的网址为 <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>, 如图 3-6 所示。

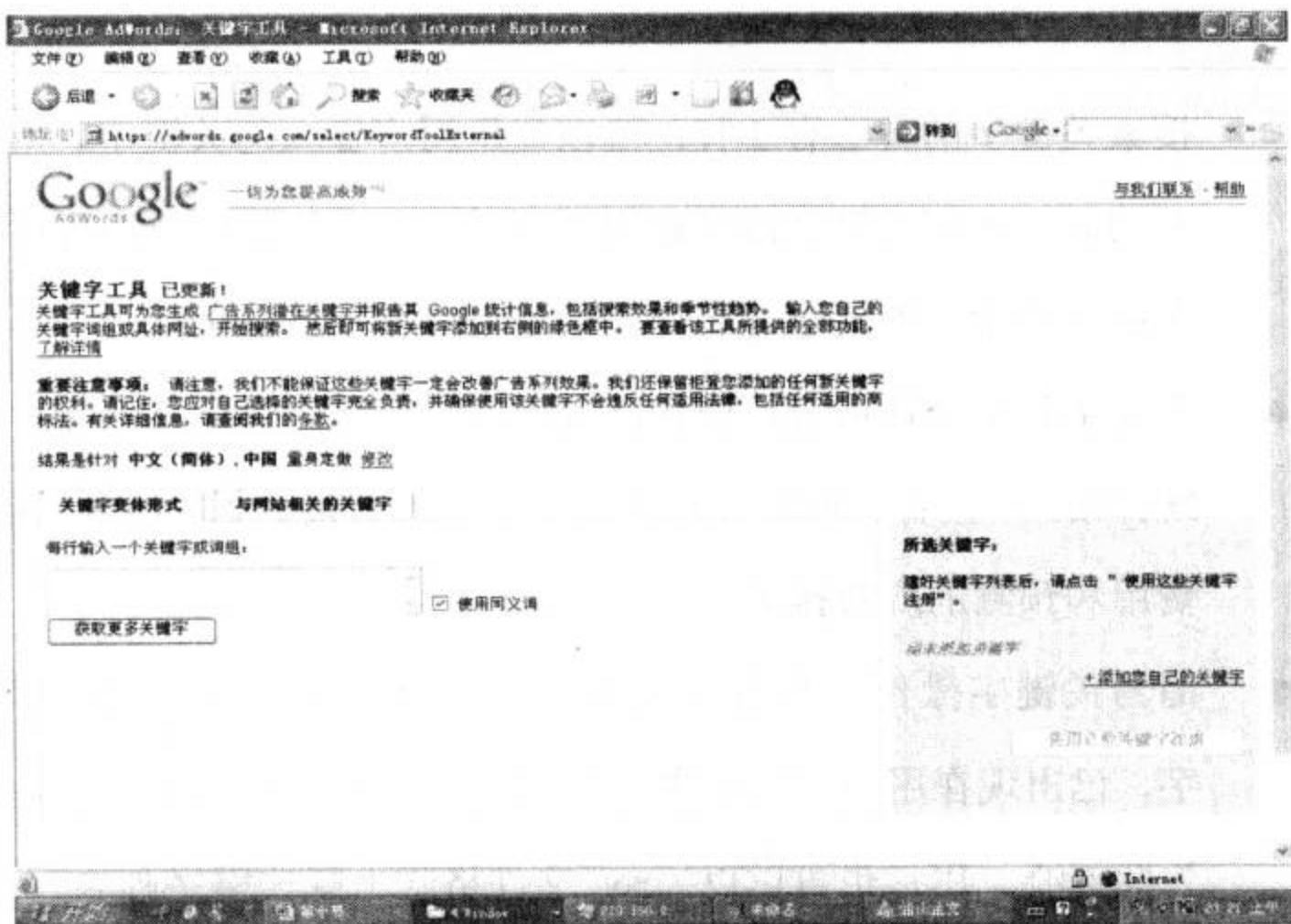


图 3-6

Google 的关键词工具主要是为 Google AdWords 用户服务的。通过关键词工具, Google AdWords 用户可以利用一种简单、易用的界面来构建大量极具相关性的关键词列表, 还可以在同一页面生成关键词列表、查看现有关键词和新关键词的点击量估算, 并直接将关键词添加到广告组。Google AdWords 用户可以将所获得的相关关键词组合或与现有的关键词配合使用, 以使关键词更具有针对性。还可以将不相关的结果作为否定关键词, 以确保 Google AdWords 用户的广告系列针对性较强。



要在广告组中使用 Google 关键字工具，则单击要修改的广告组所对应的关键字表上面的关键字工具。Google AdWords 用户也可以通过广告系列摘要中的“工具”链接使用 Google 的独立关键字工具。此工具有以下功能。

- 搜索关键字的方法有 3 种：可以使用用户输入的关键字、用户现有的高点击率关键字或任意网页网址进行搜索。用户还可以扩展关键字搜索，使其包含从原始网址可链接到的页面。
- 关键字效果统计信息：查看针对用户关键字结果的 Google 效果统计信息，查看的内容包括关键字受欢迎程度、全球搜索量趋势、费用和预测的广告排名。
- 简易关键字操作：从各处选择一些关键字或同时添加所有关键字，已出现在用户广告组中的关键字将会被标记出来，因此无须为此担心。用户也可以以 .csv 文件格式下载关键字列表。
- 基于定期更新的统计信息的更多关键字结果：借助于先进的搜索引擎技术，它能够为用户提供可能用于你的广告系列的关键字的最新信息。

### （3）百度的相关关键词查询工具

百度的相关关键词查询工具和网址为 <http://d.baidu.com/rs.php>，其界面如图 3-7 所示。

百度相关搜索可以查询一个关键词相关的关键词，同时也可以看到各个关键词使用频率的比较结果。



图 3-7

#### 4. 通过脑力风暴获得关键词

在选择关键词时, 公司的相关工作人员都可以参与, 大家都可以站到用户的角度去分析、评价所选的关键词并进行讨论。

头脑风暴是一种非常好的方式, 每个人都有自己不同的视角, 经过头脑风暴后, 你可以通过多方面的视角来分析判断关键词, 对关键词的选择非常有好处。

组织头脑风暴也是关键词选择不可缺少的一项工作。

#### 5. 通过调查现有的客户获得关键词

经过一段时间的运营, 你已经积累了不少客户, 这时候你可以通过对客户的调查获得关键词。如何调查呢? 如何吸引客户参与调查呢? 首先,

你要设计好调查的问题，如常用哪些关键词在搜索引擎中查询合作伙伴等。在调查这个问题的同时，你也可以配合着调查其他问题，客户对你们的产品和服务的评价及对你们的建议等。另外，你可以给每个参与调查的客户送一件小礼品，以吸引他们认真地接受你的调查。还可以采用调查活动的形式，给客户发一份问卷，然后收到客户回答的文件后，赠给他们小礼品。

## 6. 通过网络营销分析工具分析关键词

网络营销分析工具中有一项搜索引擎分析功能，通过这项功能你可以清晰地了解每天各个搜索引擎为你带来了多少流量，这些流量都是由哪些关键词带来的，以及各个关键词带来流量的具体数值和比例等，如图 3-8 和图 3-9 所示。

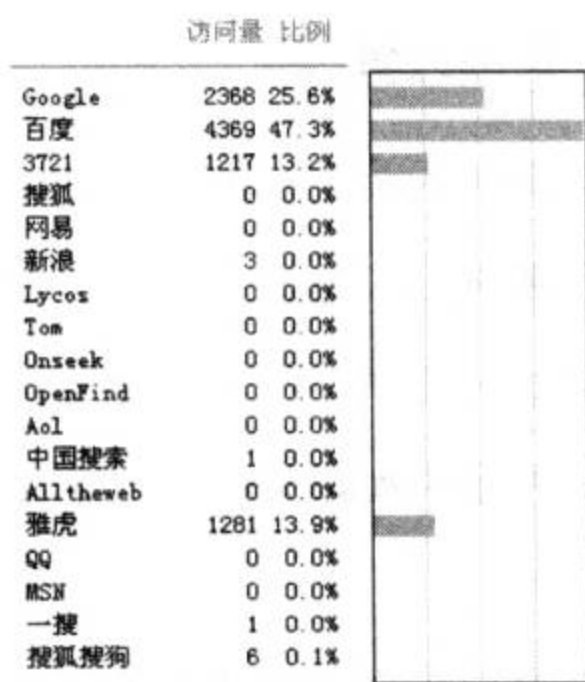


图 3-8

图 3-8 中为各个搜索引擎在一段时间内为 [www.tongwang.cn](http://www.tongwang.cn) 带来的流量的具体值以及各个搜索引擎优化效果所占比例。

图 3-9 为各个关键词在一段时间内为 [www.tongwang.cn](http://www.tongwang.cn) 带来的流量的具体值以及各个搜索引擎优化效果所占比例。

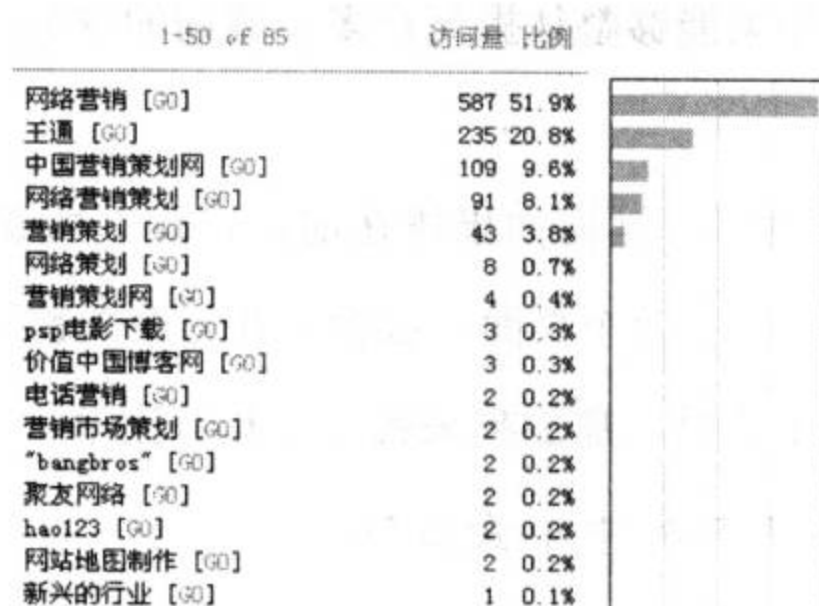


图 3-9

通过这个系统，你可以更加科学地检测到各个关键词的准确效果。对于不能带来流量的关键词，就可以过滤掉；对于效果好的关键词，可以加强推广。

### 3.4.4 各类网站的关键词选择策略

#### 1. 资讯类网站

资讯类网站追求的是流量大，想通过搜索引擎带来较大的流量，首先要考虑的就是热门关键词。资讯类网站可以对热门关键词制作专题内容，然后合理地在搜索引擎中获得较好的排名。

#### 2. 大型网站

大型网站如果为了刻意使某一个关键词在短时间内获得较好的排名



而用尽各种手段的话，是非常不划算的。因为一个关键词的搜索量再大，给你带来的流量也是有限的。而大型网站的信息量非常多，包含的关键词更是多得数不清，如果能够整体提高众多关键词的排名，则流量真的会很快多起来。

例如，某一个热门关键词如果排在前面，这个关键词可以给你带来 1000 流量，但是你有 10 万个页面，包含十几万个关键词，每个关键词每天能够给你带来 1 个流量，那加起来就是十几万流量。

### 3. 电子商务站点和中小企业站点

电子商务站点和中小企业站点追求的就是通过网络带来订单和客户，那么这类客户就需要按照我们前面提到的系列策略来执行。这类客户应该追求高质量的流量，选择关键词要坚持站在客户的角度思考，通过科学的方法选择出最准确的关键词。

## 第4章 从营销的角度建设站点

### 4.1 创建搜索引擎友好的页面

#### 4.1.1 建站准备

当你创建网站时，首先要考虑网站放在什么地方，一般大中型网站都有自己的独立服务器或服务器机群，大部分小网站都是租用虚拟主机。小网站要考虑寻找一家提供服务器托管服务、虚拟主机租用和域名注册服务的公司或机构。

##### 1. 寻找服务器托管公司

寻找服务器托管公司有很多种方法，下面分别进行讲解。

##### (1) 通过搜索引擎搜索

在搜索引擎中输入“服务器托管”、“城市名+服务器托管”等关键词进行查找，可以轻松查到几十家提供这种服务的公司，然后进行比较，选择一家服务好、价格合适的公司。

##### (2) 通过朋友推荐

因为服务器托管公司非常多，这个市场也非常乱，所以如果选择不好的话，有可能还没有为你提供一定期限的服务，这家公司就倒闭了。可以请熟悉这个行业的朋友推荐一家服务商，这也是一个非常好的策略。

在选择服务器托管服务公司时要考虑以下原则。

- 确保你的服务器能够运营稳定，可以在 24 小时获得维护。
- 确保给你提供足够的带宽，以便保证你的服务器运行的速度。

建议找当地知名的网络公司服务器托管。如果找国内知名的大型 IDC 服务公司，虽然他们的服务比较好，但是价格比较高，同时，由于他们的客户非常多，就不能保证为你分配好的带宽；而找一些规模太小的服务器托管公司，服务和诚信就无法得到保证。所以寻找当地知名的网络公司提供服务是比较好的选择，因为这些公司只在一个地区比较有名，他们一般拥有当地电信或网通的机房，带宽可以有保证，价格也不会太高，服务也方便。

## 2. 寻找虚拟主机提供商

大部分小网站用独立服务器的话，成本高，又比较浪费，所以它们都采用的是租用虚拟主机的方法，虚拟主机成本低，使用又方便。寻找虚拟主机同样可以通过搜索引擎搜索或朋友推荐。不过选择虚拟主机提供商时，要注意以下 3 点。

- 保证随时可以打开、更新和修改空间中的文件。
- 空间支持的最大在线人数能够承受你网站的流量。
- 服务公司有一定规模，不会中途倒闭。

因为提供虚拟主机服务的门槛非常低，所以这个行业的市场更乱，很多小网络公司一开始都提供这个服务，运作半年后就因为经营困难而倒闭，如果选择了这类小公司，你就比较倒霉了。所以，还是选择有一定规模和知名度的服务公司比较好。

### 3. 选取域名

选取域名的时候要注意以下3点。

- 域名要短，要容易拼写和记忆。
- 尽可能选用.com域名。
- 域名中要包含关键词。

Google 的确会读取 URL 中的关键词。如果你的域名中包含用户搜索用的关键词，那么 Google 会认为你们很匹配，自然会在搜索结果中给你加分。但是这种做法是很少见的，应该重点考虑前面两条。注意，域名中单词的隔开用中横线而不要用下划线，否则不会认为是单词，特别是在域名中包含关键词时应注意，可以参考 Google 的语法规定。

例如，SEO 域名中包含了 SEO 关键词，所以在各大搜索引擎中都被认为是和 SEO 关键词很匹配的，所以这个关键词配合着正确的方法就很容易获得较好的排名。

国内的域名提供商出名的主要有以下几家。

- 中国频道：www.35.com。
- 万网：www.net.cn。
- 新网：www.xinnet.com。
- 新网互联：www.dns.com.cn。

#### 4.1.2 策划你的网站

在制作网站之前，策划网站是非常重要的事情，策划得越充分，制作



起来就越轻松。在策划网站时需要考虑以下几个问题。

- 你的网站的赢利模式是什么？
- 你的网站的主题内容是什么？
- 你的网站分哪些栏目？
- 你的网站的构架如何设计？
- 你的网站采用什么技术开发的？

为了更加清楚地弄清楚这个问题，下面举例子讲解网站策划的方法。

《搜索引擎排名秘笈》电子书网站的网址为 <http://www.seo.net.cn/>，该网站的赢利模式主要有如下 3 个。

- 销售《搜索引擎排名秘笈》电子书。
- 销售 SEO 相关工具。
- 提供 SEO 咨询服务。

该网站的主题内容是 SEO 和搜索引擎排名。主题内容清晰后，就要围绕这个主题选择一系列相关关键词，包括 SEO、搜索引擎排名、搜索引擎排名秘笈、SEO 工具、SEO 服务和 SEO 论坛等。然后就可以围绕主题策划出合理的网站栏目。

该网站的栏目主要有如下一些。

- 首页：介绍电子书的卖点，以吸引顾客。
- 作者介绍：介绍作者，让浏览者了解本书作者的更多信息。
- 书籍目录：介绍电子书的目录，让浏览者对书的内容结构有一个了解。
- 购买方式：告诉浏览者如何购买电子书。

- **SEO 工具**: 为用户提供一些免费的 SEO 工具, 同时介绍一些收费的 SEO 工具和软件。
- **SEO 服务**: 该网站提供的 SEO 咨询服务的介绍。
- **VIP 论坛**: 网站为电子书用户和收费用户提供一个封闭的在线学习交流平台。里面为用户提供更多的 SEO 资料, 并为用户提供在线咨询, 电子书用户和收费用户在学习的过程中遇到问题都可以通过论坛向 SEO 专家咨询。

栏目策划好后, 就要为各个栏目的网页内容做准备, 准备好了, 做网页就会顺利多了。

网站采用的是最简单的上下结构, 顶部放栏目导航, 下面放网页内容, 清晰明了, 方便用户浏览。

在做策划时, 可以先拿笔在纸上画一画, 这样可以帮助你设计出更好的构架。

VIP 论坛因为功能的需要采用了 ASP 动态网页技术, 其他的网页均采用了 HTML 开发的静态网页。

你现在打算做什么网站呢? 在做网站之前最好想清楚网站的赢利模式、主题内容、栏目、构架、技术等问题, 然后做一份详细的网站策划书, 最后你就可以进入下一步了。

### 4.1.3 网页的设计和制作

有了一个详细的网站策划书后, 我们就需要按照策划来详细执行。网

页的设计和制作流程如下。

(1) 在你的电脑上为这个网站建立一个文件夹。

(2) 根据你的网站结构和栏目规划为你的网站栏目创建目录名，为各个网页命名，为各个图片命名。命名时需要注意以下几点。

- 目录名、网页名和图片名可以包含相应的关键词。
- 文件名中包含组合关键词时，中间要用横线隔开，而不要用下划线，如“seo-tool.htm”。

(3) 构架建立好之后，然后就可以进行网页设计和程序开发等工作。进行网页设计和程序开发，可以根据自己的需要选择不同的工具和软件。

不过在网页设计中，有几个非常重要的细节，下面再强调一下，一定要按照这个标准来进行设计。

### 1. title 的设计

title 的设计是影响网页在搜索引擎中排名的最重要因素之一，在设计时要注意以下几点。

- 每个页面的 title 都要不同，并且要与该网页的主题相符合。
- 每个 title 合理地突出 1~2 个关键词。
- 每个 title 不要超过 30 个汉字。

### 2. description 标签

description 标签是特殊的 HTML 标签，它承载的信息能够被浏览者和其他的程序阅读，为搜索引擎提供了网页信息的内容描述，帮助搜索引擎判断相关的内容页面。

搜索引擎利用 description 标签的方式有下面两种。

- 读取和索引标签中的内容。
- 许多情况下,搜索引擎会把 description 标签作为搜索结果来呈现。但是,在多数情况下,Google 不会把该标签中的内容作为结果呈现,它更倾向于抓取页面中的文本,这个文本经过了强调,如加黑或加粗,并且与搜索用关键词接近。

使用 description 标签的重要性有如下几点。

- 有时,Google 同样会引用 description 标签,如在页面文本中没有相关的关键词时。
- Google 和其他的搜索引擎会索引 description。
- 其他的搜索引擎会使用 description 标签。

设计 description 标签的原则如下。

- 内容不要超过 250 个字符,包括空格。
- 要将网页内容合理描述。
- 关键词合理使用,出现 1~3 次就可以了,频率不要太高。

### 3. keyword 标签

keyword 标签的设计原则如下。

- 单词间用逗号或者空格隔开。
- 确信这些关键词出现在网页文本中。
- 不要重复关键词。
- 关键词要用小写。
- 不同网页的关键词不要重复。



#### 4. 图片的 alt 属性

图片搜索引擎越来越流行，因此图片注释不可忽视，在添加图片注释时要注意以下两点。

- 一个网页中不要有重复的 alt 描述。
- 描述内容不要过长，清晰明了即可。

#### 5. 超链接

超链接非常重要，能够帮助搜索程序查找网站中其他的网页，关键词链接告诉搜索引擎链接指向页面的内容，同时也告诉搜索引擎包含链接网页的内容。在链接超链接时要注意以下几点。

- 网页中的超链接尽量都要用文本做链接。
- 每个网页中的超链接尽量不要超过 100 个。
- 网页中除了拥有栏目导航链接之外，都要有相关网页的超链接。
- 网页文本中出现其他页面的关键词时，要对这个关键词加上超链接，连接到相关的页面。
- 部分文本超链接因为文本太短，可以加上相应的文本注释。

#### 6. 关键词

关键词设计的原则如下。

- 每个网页中的关键词都要不同。
- 每个网页中的关键词密度要尽量控制在 3%~8% 之间。

关键词分析建议工具的网址为 <http://www.seo.net.cn/b/>；关键词密度分析工具的网址为 <http://www.seo.net.cn/tool/>。

## 7. 网页文本

网页文本设计的原则如下。

- 网页中的文本内容不要太少，否则搜索引擎会怀疑是否能提供适当的内容给搜索者。文本内容在 100~250 字，把一个问题说的清楚即可，当然 1000 字也不错，通常认为 100~250 字最好。
- 文字的排版要符合用户的浏览习惯。
- 文本中的关键词要通过加粗、加重或者倾斜来突出。

## 8. 避免采用的一些手段

- 不要过多地使用 Flash。Flash 花哨不实用，不受搜索引擎欢迎，如果一定要用的话，请确保有一个一目了然的跳过链接。
- 不要在图片中嵌入文字。有的网站大量使用图片，文本都包含在图片中了，这样打开速度不仅很慢，还会让搜索引擎无所适从，索引不到关键词。
- 不要使用框架网页。框架网页不利于搜索引擎抓取和索引里面的内容。
- 动态的 URL 路径要进行优化。动态的 URL 路径不利于搜索引擎收录和排名，尽量采用本书中所讲的技术将其优化成为静态路径。

### 4.1.4 明白搜索引擎所看到的内容

搜索引擎看到的内容与你通过浏览器看到的内容是不一样的，要明白

其中的道理需要知道页面是怎样被创建的，下面介绍的是具体过程。

(1) 用户在浏览器中输入 URL 或者单击一个链接，浏览器向服务器发出信息请求特定的页面。

(2) Web 服务器抓取相关的页面并且快速阅读，看看在发送前还需要做怎样的处理。

(3) 如果需要的话，Web 服务器编译页面。例如，在一些情况下，Web 服务器端需要运行 asp 或 php scripts。

(4) 在完成编译后，将该页面发送到浏览器。

(5) 当浏览器收到页面后，会通读页面查看相关的指令，如果需要会进一步编译页面。下面的例子是浏览器需要处理的指令：

- 发现 script 标签，被告知需要从别的文件装载一个文件，而浏览器又需要从服务器读取一个文件。
- 在文件中发现被包含的 JavaScripts，需要运行该 JavaScripts。
- 可能会发现该 JavaScripts 中包含了图片、多媒体和 CSS 等。

(6) 上述步骤完成后，浏览器就向用户展示页面。

这就是一个页面呈现的一般过程，但是，搜索引擎通过搜索程序索引页面的工作过程是完全不相同的。当搜索引擎请求一个页面时，服务器还是遵循它的一般程序，按照指令创建页面并发送给搜索程序。但是，搜索程序并不是完全按照页面中的指令执行的，它只读取页面内容，不会执行其中的 Scripts 指令。

Scripts 指令有如下两种。

- 基于浏览器端的。这是搜索引擎所不能执行的，所以搜索引擎不

可见，如用 JavaScripts 创建的导航。一些人还用这种方法来故意对搜索引擎隐藏内容。

- 基于服务器端的。如 SSI (Server Side Include)，这是搜索引擎可见的，由服务器编译完成后传给搜索引擎。

### 4.1.5 制作网站的捷径

对于不精通程序开发的大部分人而言，开发程序就太难了，制作网站对他们来说也是比较痛苦的事情，下面介绍一个不需要精通程序但仍然可以制作出优秀网站的捷径。

目前，为了方便制作网站，有非常多的公司开发专业的网站程序，并且，目前在互联网上也有各种各样的网站程序源代码。如果你直接采用合适的网站管理系统来制作网站，就会省去大量的时间。

需要做什么网站，可以直接到各大源代码网站去寻找相应的源代码，源代码下载站点非常多，你可以用“网站源码下载”到搜索引擎中搜索，能够获得非常多的搜索结果。

## 4.2 作弊行为面临的后果

很多站长都试图采用欺骗搜索引擎的手段获得较好的排名，当然搜索引擎非常清楚这一点，于是它们不会对外公开搜索结果排列的规则和算法，并且尽量隐藏，但还是会透露出一些端倪，站长通常会利用这些端倪进行过分的操作，这样就会被搜索引擎认为是人为操控，严重的会



被处罚。

## 1. 常见的被搜索引擎认为是作弊的手段

### (1) 关键词堆积

关键词堆积是种非常老套的作弊手段，就是为了提高网页中关键词出现的频率，疯狂地在网页的文本、title、keyword 标签、description 标签、alt 属性、超链接属性中增加关键词的做法，这是浏览者在浏览网站时，就可以看到的一种做法。很久以前搜索引擎就注意到了这种作弊行为，也许你会认为这种行为已经不起作用了，但是搜索引擎到目前为止还不能完美地处理这种行为，常常还是会让一些作弊网站得逞。

不过目前各个搜索引擎都有专门部门处理作弊站点，一旦被举报后，网站“必死无疑”。

### (2) 关键词隐藏

最早的关键词隐藏方式被称为“鬼影秘笈”，做法就是在网页中添加非常多的与网页背景颜色相同的关键词，以提高网页中关键词的频率。这种方式普通的浏览用户基本都看不到，但搜索引擎可以看到，这种作弊手段在最早几年被广泛应用。不过搜索引擎智能化越来越强，该方法现在早就失灵了。

目前还有不少人使用网页设计中的隐藏层，把文本层放在可见层的下面，使用 `noframes` 标签堆积关键词，而在网页中根本就没有定义 `frame`。还有使用隐藏域“`<input type="hidden">`”等作弊手段。

### (3) 无关关键词

有人将流行的热门关键词作为自己的关键词放在 `keyword` 标签中，并

且采用隐藏、堆积等手段想让自己的网站在热门关键词的搜索结果中获得较好的排名。这种方法不仅不可能达到效果，而且还很容易被搜索引擎当作作弊来处理。

#### (4) 重复网页和网站

重复网页和网站是指两个网页或网站大部分完全一样，又称为镜像网页和镜像网站，想让你的取得好的排名的网页、网站占领搜索引擎的一个完整的页面显然是不可能的。

如果一个网站做得非常的优秀，排名也非常好，你想复制一个和它完全一样的网站，以获得较好的排名，几乎是不可能的。Google 有一个专门的工具来判断是否是复制品，如果是完全的复制，则将会受到处罚。

#### (5) 网页交换

网页交换就是在一个页面取得好的排名后，将它移去另一个网站，再换上一个别的页面“培养”，这种方式现在不好用了，现在很多搜索引擎的更新都很快了，并且你根本不知道它什么时候更新。

#### (6) doorway page

doorway page 充当从搜索引擎到浏览者想要浏览网页的中介，被认为是一扇门，常常被制作得非常“亲近”搜索引擎，在搜索结果取得好的排名后，将访问者引向目标网页。这种页面常常会采用堆积和隐藏关键词等手法。

#### (7) 重载和伪装 (cloaking)

重载和伪装非常相似，意图都是向搜索引擎和访问者展示不同的网页式样。

重载就是在没有用户干预下自动装载页面。当你单击一个链接打开一个页面时，这个页面却消失了，打开的是另一个新的页面。

重载的实现方法如下。

- 使用 refresh 标签，这种方式很容易被发现而不被索引。
- 使用 JavaScript 设定一定的时间间隔，自动抓取呈现页面。
- 使用 JavaScript 触发用户事件，如捕获鼠标经过事件，来触发装载一个网页的事件。

如果你不是使用 refresh 来实现重载的，那么搜索引擎很难发现，即使发现了，也只是忽略重载页面而索引目的页面。

伪装比重载要高明得多，搜索引擎也难以发现它，无论是浏览器还是搜索引擎的爬行程序向 Web 服务器请求网页时，都会附带标识自身的信息，如我是 IE 6.0 版、我是 googlebot 等，cloaking 程序会快速判断是浏览器还是搜索引擎在请求信息，然后根据请求者的不同让服务器取出相应的网页。

这是怎样不同的两个版本，介绍如下：

- 给搜索引擎看的版本：通常是非常简单，适合搜索引擎的“胃口”，富含关键词的文本，但是对于浏览者来说是非常笨拙的。
- 给浏览者的版本：通常是非常有吸引力，文本少，图片多，结构复杂，导航等，是搜索引擎所不喜欢的。

对于伪装，像 Google 这样的搜索引擎没有给予完全的否定，只是不希望使用 cloaking 欺骗浏览者，如果是为了增进浏览者的浏览体验当然是没有问题的。奉劝大家不要使用 cloaking，毕竟它还是有争议的。

## 2. 作弊的最终结果

一旦被搜索引擎发现了你的网站有作弊行为，一般将会受到以下两种惩罚。

- 网站被降级：就是你原来所有好的排名大部分都会下降，搜索引擎收录你网站的页面减少。
- 网站被封杀：一旦你的网站被某个搜索引擎封杀，那么将意味着你的这个网站将彻底地从该搜索引擎中消失。想重新恢复收录，除了要去除所有的作弊手段外，还需要漫长的等待，少则几个月，多则几年。

## 4.3 内容制胜策略

优秀的网站内容是吸引用户的基础，搜索引擎的更新和完善都以提高用户体验为基础，所以优秀的网站内容也是使你网站获得较好排名的重要因素。

### 1. 产品销售类的内容制胜策略

(1) 合理地对你的产品进行分类，并作出相应的产品分类页面

产品分类不仅要考虑专业的分类，也要考虑按照用户的需求分类，如鲜花销售网站。如果你只是单纯地按照花的品种来分类就太单一了。为了方便，你可以增加一种分类法，即按照用途进行分类，如送情人的花、送长辈的花和送病人的花等。产品分类的人性化可以吸引用户更多地浏览



你的页面。

## (2) 为每一个产品单独做一个页面，并进行原创的详细描述

如果你的一个页面同时展示很多产品的话，网页打开速度慢不说，也很难突出某一个产品，这样做既不利于用户浏览，也不利于产品在搜索引擎中的推广。

所以，你在做产品销售类站点时，最好每个产品单独做一个页面，这样每个页面可以突出一个产品，也可以很好地突出以这个产品名为核心的关键词。

产品描述最好不要复制别人的，因为如果你网站的产品描述都一样的话，就无法突出你的产品的与众不同之处，同时搜索引擎也不喜欢。

所以对产品的描述最好是原创的，在描述中你不仅要突出产品的卖点，同时还要突出关键词，合理地对关键词的密度进行调节，促使整个页面的关键词密度达到最合理的状态，对搜索引擎排名非常有利。

## (3) 建立一个产品相关知识介绍栏目，不断收集各类关于该产品的知识

丰富的网站内容是搜索引擎比较喜欢的，如果单一的产品展示让网站的内容看起来非常单薄的话，你可以建立一个产品相关知识的栏目，然后把自己尽可能收集到的相关的产品知识都充实到这个栏目中。

这样栏目中丰富的内容不仅可以为你吸引到许多高质量的流量，同时，它还可以帮你把来浏览你的网站的一些用户“粘住”。当这些用户从你的网站学习到知识后，你网站的产品他们也会逐渐地感兴趣。

#### (4) 建立一个 FAQ 栏目

建立一个 FAQ 栏目，主要就是把大部分用户都会遇到的问题和解答通过这个栏目列出来，这样做好处很多。可以试想一下，大部分用户遇到的问题通常利用搜索引擎找不到答案，如果你有这方面的内容，自然就容易被找到。同时，你的客户在浏览到你的网站时，有不太懂的问题可以直接通过这个栏目获得答案，也方便了用户。

#### (5) 定期更新网站内容

网站经常更新有如下好处。

- 网站内容定期更新，会吸引登录过你网站的用户经常来浏览。
- 网站内容经常更新，搜索引擎也会非常喜欢，如果你的网站内容经常更新比较快，搜索引擎的蜘蛛就会经常来光顾。搜索引擎对你的网站光顾的频率高了，对你的网站在搜索引擎中的排名也有非常大的好处。

产品销售类网站更新的手段如下。

- 经常推出产品促销信息。
- 不断丰富产品知识栏目的内容。
- 不断增加 FAQ 栏目的问题和答案。
- 增加一个互动栏目，如产品评价、留言板和服务论坛等。

### 2. 咨询服务类网站的内容丰富策略

#### (1) 不断推出原创文章

咨询服务类网站主要是以宣传自己的服务为主，丰富内容的策略也非常多。不断推出原创文章是首选的一种策略，因为原创文章有以下

优点。

- 原创的内容吸引用户，会让用户记住你的网站。
- 原创的内容被其他网站转载时一般会加上你的网站的链接。你的反向链接越多，对你的网站在搜索引擎中的排名就越有好处。

要不断推出备受欢迎的原创文章就需要不断地找主题、找题材。方法有如下两种。

- 把自己的一些经验写成文章。虽然咨询服务就是靠经验来赚钱的，但是不能太过保守，不愿轻易写出。其实，有失就有得。当你把你的经验用文章写出来让别人学习时，别人也对你就有了一定的认可，会使你更加容易取得客户的信任。各类小经验可以经常写，这个需要坚持。
- 把自己的案例写出来。写案例宣传客户又宣传自己，同时读者也可以学习到更加实用的知识，这类网站会非常受欢迎，很容易被很多网站转载。不过写的时候一定要谨慎，不要泄露客户的机密，同时对自己的操作也要有一定的保留，再就是还要有一些新的实战型内容让读者喜欢看，并且能够从中学习到一定的知识。

几年来，我研究了无数网站，服务了 100 多个网站，但真正写出来的却非常少，不过每写出一篇都非常受欢迎。

原创的文章写好之后，不要单一地发到自己的网站，那样效果不大。正确的做法是：主动发到各大博客网站和论坛，然后在结尾处以“首发自某网站”加上你网站的链接，这样才能大大提高浏览你的网站的人的数量，提高你的网站被转载的几率，增加你的网站的反向链接。

## （2）收集专业的资料 and 工具供用户免费使用

免费永远是最吸引人的，与你所服务的领域相关的免费资料 and 工具非常多，但是都散乱在各类网站，你可以将它们收集到一块儿供你的网站用户使用。这样可以大大提高你的网站的粘度和专业程度。例如，电子商务指南网站的资料下载栏目地址为 <http://down.eczn.com/>。这些栏目中的资料并不是电子商务指南原创制作的，但是是由电子商务指南的相关工作人员从各类下载站点中收集过来的，并且对其进行了很好的分类。这个栏目一经推出，就受到了广泛的欢迎，同时该栏目因为资料集中、内容丰富，也通过搜索引擎为网站带来了丰富的流量。

## （3）开设咨询问答栏目

互动永远是最吸引人的，为网站用户提供免费的简单咨询服务，这样的栏目可以吸引住用户，同时把这些用户逐步培养成客户。

## 3. 资讯类网站的内容制胜策略

资讯类网站的主要收入就是广告，新闻、娱乐、下载类网站都属于资讯类网站，对于这类网站而言，吸引流量是它最大的目标。丰富资讯类网站内容的方法如下。

### （1）网站定位要有特色，要有与众不同之处

不要看别人做什么网站流量大，你也去做，那样你很难成功。如果要做网站，首先就要好好考虑自己网站的定位，而且一定要让你的定位特别有特色。

定位特色需要一个特色的名字 and 特色的栏目，然后努力把这些栏目的内容做到最丰富即可。



## (2) 不断地推出特色的专题

新闻网站可以不断地推出最近热门的新闻专题，娱乐网站可以推出各类有趣的音乐、动画等，下载网站可以推出各种优秀软件专题。

做专题时，你可以联合其他网站一块儿来做，促使网站之间相互宣传，从而吸引更多的目光。

## (3) 邀请专业作者或写手

资讯类网站丰富的原创内容单靠自己肯定是不行的，你可以邀请相关的作者或写手来你的网站，让他们共同来丰富你网站的原创内容。

## 第 5 章 把网站加入搜索引擎索引和地址目录

### 5.1 让搜索引擎收录你的页面

本节将介绍以下内容。

- 为什么指向你网站的链接是非常重要的。
- 如何向搜索引擎提交你的网站页面。
- 如何使用付费收录服务。
- 如何向一些次重要的搜索引擎提交网站页面。
- 如何使用第三方提供的注册登记服务和软件。

当你建设好网站后，要将你的网站向搜索系统提交。下面将介绍如何让搜索引擎收录你的页面。

许多人对于怎样让搜索引擎收录自己的网站感到困惑，他们设想通过这样的方法向搜索引擎提交或注册网站：登录搜索引擎站点，输入网页的 URL 地址或者网站所有网页的地址，然后就等着搜索引擎来索引。事实上，正如你将要在本节中所看到的一样，情况要复杂得多。

#### 5.1.1 为什么没有收录你的页面

没看到搜索引擎收录你的页面是一件令人沮丧的事情。对于一些搜索

引擎来说，在你向它们提交你的网站时，事前还得付费，当然有一些是免费提交 URL 的。即使你提交，也不会有什么不同，你的网站也不会脱颖而出。

下面的原因说明了为什么搜索引擎没有我们期待的那样好用。

- 绝大多数的搜索引擎索引能力是有限的。虽然像 Google、AlltheWeb 和 inktomi 这些最大的搜索引擎系统达到了 80 亿左右的页面索引量，但是其他为数更多的搜索引擎系统的页面收录量只是百万到亿之间。
- 一些搜索系统需要付费收录。
- 一些搜索系统，如 Google，“信奉”通过判断链向网站的外部页面的质量（反向链接质量）来确保所收录页面的质量。这类搜索引擎更倾向于通过自身力量来找到你的网站，而不是由你来提交。

当我们说一个页面被搜索引擎索引时，这并不意味着搜索引擎已经读过或者索引了整个的页面。在许多情况下，搜索引擎是在读别的页面时，通过该页面的链接索引到页面的，只知道该页面的位置，却从来不曾到过。即使搜索引擎读过该页面，也不会读取整个页面。

### 5.1.2 增加链接

我们有专门的章节讲反向链接的重要性和怎样获取反向链接。越多的链接指向你的网站，搜索引擎就会认为你的网站越重要。

链接同样重要还在于它为搜索引擎提供了找到你网站的方法。如果没有链接，想要搜索引擎收录你，几乎没有机会。让 Google 收录的最佳办法就是通过链接，远远胜过你向 Google 提交 URL 快。

但是，少量反向链接对于一些搜索引擎来说是很不够的。像 Google 这样的搜索引擎，如果在它已经索引的页面中有链向了你网站的链接，它很有可能会访问你的网站并索引它，但是，对于许多较小的搜索系统，它们就挑剔多了，在这种情况下是不会访问你的网站的。所以，反向链接越多越好，最终，这些小的搜索系统禁不住诱惑，会来看个究竟，毫无疑问就会收录你的网站。

记住，不要以为网站建成后，向搜索引擎提交几个页面就万事大吉了。同其他的网站建立链接是不可缺少的一环，这是一项长期的工作，需要极大的耐心。

### 5.1.3 关注主要的搜索引擎

下面将简要介绍一些主要的搜索引擎，它们主要是一些比较知名的、可以向其他的搜索引擎提供搜索结果的搜索引擎。

你提交了你的网站，并不意味着你的网站会获得特别的优待，但是提交的过程非常快捷、简单，为什么不试试呢？

不停地向搜索引擎提交网页，会让搜索引擎厌烦，从而处罚你的网页吗？不会，然而要提醒你的是，这里会存在一些这样的反弹，如果你借助于一些程序来完成提交，并且做得非常过分的话，那么搜索引擎很有可能



会封了你的 IP，阻止你的提交行为，甚至不会让你使用搜索引擎。假如这个 IP 地址同样也是网站 IP 地址的话，你的网站会受到牵连，会被处罚，但是，这样的情况是非常罕见的。首先，IP 地址极少有可能是相同的；其次搜索更多是倾向于阻止提交的程序，而不是查封你的 IP 地址。

下面介绍一些可以免费提交 URL 的系统，注意，这些系统在一些情况下会做一些限制，例如，每天只能提交一个页面等。还可能会建议你只提交一个 URL 地址，要注意这个 URL 的页面应该包含良好的链接结构，从而让搜索引擎能够通过它到达你站点中的其他页面。

免费提交 URL 的中文站点如下。

- Google 中文搜索: [http://www.google.com/zh-cn/add\\_url.html](http://www.google.com/zh-cn/add_url.html)。
- 百度: [http://www.baidu.com/search/url\\_submit.htm](http://www.baidu.com/search/url_submit.htm)。
- 搜狐搜狗: <http://db.sohu.com/regurl/regform.asp?Step=REGFORM&class=>。
- 中搜: <http://service.chinasearch.com.cn/NetSearch/pageurlrecord/frontpageurl.jsp>。
- 一搜: [http://www.yisou.com/search\\_submit.html?source=yisou\\_www\\_hp](http://www.yisou.com/search_submit.html?source=yisou_www_hp)。

URL 的英文站点如下。

- Google: [google.com/addurl.html](http://google.com/addurl.html)。
- Inktomi: [insite.lycos.com/searchservices/lite\\_step1.asp](http://insite.lycos.com/searchservices/lite_step1.asp)。
- FAST/AllgheWeb: [alltheweb.com/add\\_url.php](http://alltheweb.com/add_url.php)。
- MSN: <http://beta.search.msn.com/docs/submit.aspx>。

- Yahoo!Search: <http://submit.search.Yahoo.com/free/request/>。
- Zeal (假如你的是非经营性的网站): [zeal.com/website/add\\_start.jhtml](http://zeal.com/website/add_start.jhtml)。

也许你会注意到上面的免费系统中没有提到 Yahoo!、ODP、Teoma/Ask Jeeves 等著名的系统, 这是因为 Yahoo! 和 ODP 属于地址目录系统; Teoma/Ask 是付费收录的系统。

如果搜索引擎没有提供提交 URL 的方法, 并不意味着你不能被收录。只要你拥有很多的链接指向你的网站, 搜索引擎就会找到你, 并不是你向搜索引擎提交了 URL, 搜索引擎就一定会收录你, 同样, 你需要更多的链接指向你的网站。

#### 5.1.4 使用付费索引

付费索引, 一般是需要按年交纳一定的费用的, 搜索引擎一般在你缴费后 48~72 小时内就收录你, 并保证经常更新你的页面, 但并不保证你在搜索结果中的排名。

我是不喜欢付费索引的, 从效果上来看这是一种广告, 但是, 搜索引擎不这样认为, 它们说这是改进你的网站被收录的服务, 也许对动态网站来说这是真的, 因为靠程序自动爬行是到不了你的动态网站的。

一些人喜欢付费收录的原因是它更新速度快, 你调整后的结果几天后就能通过搜索引擎看到, 但是付费收录页面在整个搜索结果中的比例是非常少的。

付费索引主要搜索引擎如下。

- Yahoo!Search:<http://searchmarketing.Yahoo.com/srchsb/sse.php>。
- Alta VISTA:<http://www.altavista.com/addurl/default>。
- FAST/AlltheWeb:[http://www.alltheweb.com/help/webmaster/submit\\_site](http://www.alltheweb.com/help/webmaster/submit_site)。
- Teoma/Ask Jeeves:<http://www.incedhits.com/submission/submission-services.aspx>。

### 5.1.5 向次要的搜索引擎提交

你可以向一些较小的系统提交网站，通常，这些系统的页面索引量在几百万之间，不利的因素对于相对大的搜索系统来说，它们很少被用到。一些专业的搜索引擎甚至完全忽略这些小型系统的存在。下面推荐两个值得你去提交的小型系统。

- ExactSeek: [www.exactseek.com/add.html](http://www.exactseek.com/add.html)。
- Gigablast: [www.gigablast.com/addurl](http://www.gigablast.com/addurl)。

下面的列出一些这样的系统供你参考：

- [www.searchenginewatch.com](http://www.searchenginewatch.com)。
- [www.dir-search.com](http://www.dir-search.com)。
- [www.allsearchengines.com](http://www.allsearchengines.com)。
- [www.searchengines.com](http://www.searchengines.com)。
- [Dir.Yahoo.com/computers\\_and\\_internet/internet/world\\_wide\\_web/Searching\\_the\\_web/search\\_engines\\_and\\_directories/](http://Dir.Yahoo.com/computers_and_internet/internet/world_wide_web/Searching_the_web/search_engines_and_directories/)。

一些小型的搜索引擎经常鼓励你采用付费收录服务，不要轻易中招，除非你可以确信能够通过它带来的流量值这个价格。

注意，许多小型的搜索站点并没有自己的搜索程序，它们从其他系统获取数据，如 ODP，这样的站点你不能提交你的网站。

### 5.1.6 使用第三方提供的注册登记服务和软件

第三方提供的注册机构如下。

- AdPro ([www.addpro.com](http://www.addpro.com)) 可以帮助你向多达 120 个搜索引擎提交你的网站，每年的费用为 79.95 美元。
- 另外一个受欢迎的系统是 Ineedhits ([www.ineedhits.com](http://www.ineedhits.com))，它可以将你的 URL 地址提交给多达 300 个搜索引擎。
- 你可以通过搜索“搜索引擎提交服务”关键词查询更多的注册机构。

常用的提交软件如下。福缘论坛免费提供本教程

- Dynamic Submission：是一款很好的软件，详情访问：  
[www.dynamicsubmission.com](http://www.dynamicsubmission.com)。
- SubmitWolf: [www.submitwolf.com](http://www.submitwolf.com)。
- WebPosition Gold: [www.webposition.com](http://www.webposition.com)。

使用软件的好处是一次购买，长期使用。虽然这样的工具软件很容易得到，但是如果你有时间的话还是手动提交比较好，因为我们无法保证软件不会出差错，手动提交有时还需要通过邮件来回复确认，这是软件做不到的。



## 5.2 向地址目录提交网站

本节将介绍如何向地址目录提交网站。对于你的搜索策略来说，收集一些主要的地址目录是非常重要的。与搜索引擎相比，地址目录的工作原理有很大的不同，从一些角度来说非常简单，但是从另外的角度看却并不简单。

### 5.2.1 理解地址目录与搜索引擎的不同

在开始使用地址目录之前，需要了解地址目录的一些基础知识，它与搜索引擎具有很大的不同。

- 地址目录不会通过爬行程序来检查、收录页面。
- 地址目录不会从网站读取和存储信息。
- 正是因为地址目录不会读取和存储网站的信息，所以它的搜索结果信息不是基于网站的。

与搜索引擎不同，目录搜索不索引网页，而索引网站，每一个站点都被归类存放，对号入座，提交的内容包括名称、标题和描述。网站就被列在分类列表中，这种方式显然具有不足之处。

- 目录索引没办法向访问者提供站点中的某一个页面，而访问者希望在最短的时间内找到他想要的信息。

- 分类类别是有限的，一个站点很少只有一个主题，即使只有一个，也可以分成若干主题。到底该归类在哪一个目录下呢？同时给搜索用户带来麻烦。
- 人工的目录会呈现过时的信息。Yahoo!目录存有非常过时、陈旧的信息，而像这样的信息在搜索引擎系统中是不会存在的，它们会定期自动更新信息。而 Yahoo!能够自动清除死链接和不活动的网站，而对于网站内容的更改，它是没有任何反应的。

### 5.2.2 为什么地址目录意义重大

地址目录意义重大的原因如下。

- Yahoo!目录是 Yahoo!搜索的一部分，Yahoo!依然是最受欢迎的搜索站点之一，它会给你带来很大的流量。
- 开放地址目录（ODP）为 Google 目录提供搜索内容。
- 开放地址目录（ODP）还为其更多的搜索站点（估计有超过 300 个大大小小的搜索站点）提供搜索内容。
- 主要地址目录中的链接是搜索引擎内容的一个重要来源，可以提高你在搜索引擎搜索结果中的评估值。

注意，不要低估了 ODP 的价值，也许是提交不容易，所以你很少听说它，其实，来自 ODP 中的数据广泛地在互联网中传播，并“首当其冲”地用于一些主要的搜索系统。

### 5.2.3 向地址目录提交

第 5.1 节我们讲到向搜索引擎提交,也许你听到过这样的不同观点“向搜索引擎提交并没有带给你多大的好处,搜索引擎更多关注的是链向你站点的链接”。但地址目录并不关心链接,向地址目录提交的唯一方法是通过人工来手动添加完成。

#### 1. 向 Yahoo! 目录提交

如果只登录 Yahoo! 中国中文网站(包括简体和繁体网站),提交服务是不收取费用的,若你的网站完全使用英文或其他语言,请登录到 [www.Yahoo.com](http://www.Yahoo.com)。查看登录网站帮助的网站的网址为 <http://help.Yahoo.com/help/gb/url/index.html>。

登录目录的步骤如下。

(1) 确定您的网站是否已经收录在 Yahoo! 中国分类目录下。在 Yahoo! 中国首页的搜索框内输入你网站的名称或是网址(URL)。在搜索结果页面中,如果出现在“分类网站”的标签下,说明您的网站已经被我们收录;如果页面出现在“所有网站”的标签下,则说明您的网站尚未被收录。

(2) 找到 Yahoo! 中国分类目录中最适合放置你的网站的类目。这是登录网站的核心步骤,因为如果可以找到 Yahoo! 中国最适合您网站的类目,将大大加快网站登录的速度。

(3) 从最合适的类目页中提交建议登录表格。当找到最适合你的网

站的类目页后，你会看到，该页右上角以及页首均有登录网站链接可以进入建议登录表格页面。在建议登录表格中填入网站名称、网址、网站描述和联系人电子邮件等资料，并单击“提交”按钮即可完成提交。

Yahoo!中国目录是由纯粹的人工建立而成的，你在搜索目录下见到的每个网站都是经由雅虎的编辑审阅后加入的，请注意，登录网站的类目越细致越好。请务必避免在主类目页面上登录网站，因为这样会造成难以归类而不被接受。Yahoo!目录并不能保证一定会收录你的网站。

## 2. 登录英文 Yahoo! 目录

登录英文的 Yahoo! 目录，该目录对商业性网站是收费的，一般按年费收取，每一年的费用为 299 美元（登录成人网站要 600 美元）。

登录英文 Yahoo! 好处如下。

- Google 经常光顾 Yahoo! 的目录，并且有利于提高你网页的 PR 值。
- 搜索引擎会利用 Yahoo! 目录来帮助它自己归类你的网站。
- 现在确实还有不少的人在使用目录索引。
- 登录了目录，可以在你登录的目录顶部获取一个优惠价格的广告位置。

登录的步骤和登录 Yahoo! 中文站点类似。

## 3. 向开放地址目录（ODP）提交

Dmoz（[www.dmoz.org](http://www.dmoz.org)）属于免费注册，是全球最著名的开放式分类目录，它是 Google 索引数据的主要来源，因此意义重大。但是，登录 Dmoz 也并非易事，它的审核周期很长，一般要 1~6 个月。



中文 Dmoz 网站的网址为 [http://www.dmoz.org/World/Chinese\\_Simplified/](http://www.dmoz.org/World/Chinese_Simplified/); 英文 Dmoz 网站的网址为 <http://www.dmoz.org/>。登录步骤如下。

- (1) 从浏览器进入中文（或英文）的 Dmoz 页面。
- (2) 选择与网站相匹配的类别，可以参考相关帮助页面。
- (3) 类别确定后，单击该网页上方“添加网站”超链接。
- (4) 按照提示填写网站 URL、标题和描述等相关信息，然后提交。

方法很简单，6~7 周以后，最好去查看一下你的网站是否被收录，如果没有，就再提交。

#### 5.2.4 向第二层次的地址目录提交

现在有大量的第二层次的地址目录，当然规模都要比 Yahoo! 目录和 ODP 小得多。如果你愿意花些时间去注册的话，也许对你会有些帮助。虽然从目录索引直接来的流量很有限，但是不失为一个获得链接的好方法。

国内的分类目录列举如下。

- 搜狐分类目录: <http://dir.sogou.com>。
- 网易分类目录: <http://dir.so.163.com>。
- 新浪分类目录: <http://dir.iask.com>。

国外的分类目录列举如下。

- [www.searchengines.com](http://www.searchengines.com)。
- [www.dir-search.com](http://www.dir-search.com)。

- [http://dir.Yahoo.com/Computers\\_and\\_Internet/Internet/World\\_Wide\\_Web/Searching\\_the\\_Web/Search\\_Engines\\_and\\_Directories/Directories/](http://dir.Yahoo.com/Computers_and_Internet/Internet/World_Wide_Web/Searching_the_Web/Search_Engines_and_Directories/Directories/)  
(在这个目录下面你可以找到很多)。

这类地址目录大多不用付费，但是有的目录经常鼓励你去付费。不管付费与否，关键还是要看付费与带来的流量是否合理，有的还算合理，有些就很不划算了，这需要你去判断。我们建议最好采用不用付费的。

## 5.3 向更多的地方提交你的网站

在前面我们讲过了向主要的搜索引擎、地址目录以及一些第二层次的系统提交网站的方法。下面将要讲到一些站点，也许要比第二层次的系统更为重要，它们的重要性甚至超过了一些主要的搜索引擎。

### 5.3.1 使用清晰的描述

当你在网上畅游时，是否考虑过“雁过留声”。当你看到一个与业务相关的小目录、进入了一个相关的论坛、参与了一个新闻评论、参加了一个讨论组、遇到了一个竞争对手时，你应该留下你的痕迹，这样可以提升你的网站的排名。

你要为自己设计一个清晰的描述，这个描述不要太复杂，用文本就可以，建议描述包括下面的信息。

- 网站的名称及 URL 地址。
- 公司的名字。

- 公司网站 PR 值和 Alexa 排名。
- 联系人。
- 联系用 E-mail。
- 描述。发表一些自己的看法、印象等。
- 互动。如请求链接交换等。

你要充分利用你在网上获取信息的时机。同时，要把描述信息存储起来，以备下次使用。

### 5.3.2 寻找专业的目录

可以肯定通过专业目录带来的流量同 Google 和 Yahoo!相比是十分有限的，但这些流量的目的性很强，正是你千方百计想吸引的客户。

有很多方法可以找到专业目录，例如：

- 最直接的办法是通过搜索引擎搜索和从地址目录下寻找。
- 通过与同行业人士交流获取信息。
- 查看同类网站链接等。

找到一个专业目录以后，不要只留下请求链接信息后就离开了，你应该进一步发掘，如留言，或看看里面的其他站点和与它相链接的站点。

本地目录是你公司所在区域的各类商业目录，是一个值得加入的好地方，通过搜索引擎应该能够很容易找到，例如，你可以搜索“北京企业目录”、“北京目录”等，同样也可以到一些分类地址目录中直接寻找地方分类目录。

下面是我们关注这些目录的理由。

- 它们开辟了另一个搜索引擎能够到达你网站的渠道。
- 有些收录你网站的目录页面有很高的 PR 值，这对提高你网站的 PR 值有很大的帮助，可以提升你在搜索引擎搜索结果中的排名。
- 通常链接总是好的。几乎所有的链接对于促进你网站的 PR 值的提升都是有好处的，链接增加了搜索引擎索引你网站的机会。
- 也许有特殊情况发生，这些网站中有些可能会给你带来很大或质量很高的流量。

当找到这些目录后，就要获取它们的链接。在一些情况下，你需要先发一封邮件进行询问，因为许多这样的小站点是属于个人的，麻烦的是，也许要等很长的时间才能得到回复，才给你做上链接，有些也许会不给你做，毕竟，这在他们看来仅仅是业余爱好而已。有些稍微好目录具有自助添加系统，可以自动完成提交的过程，但同样需要等待审批通过。还有极少目录要求付费才收录或得到优先的服务，对于这种情况，我们通常不要付费。

### 5.3.3 使用黄页

在网络还没有成为潮流之前，黄页曾经是人们获取信息的主要方式，也许现在它的地位不如以前那么重要了，但黄页带来的通常是来自本地的查询，且目的性很强，其影响力同样不可小看。

利用黄页的方式有下面两种。



- 登录黄页。普通的登录一般是免费的。在本地黄页上登记公司地址和电话信息后，也会在网上黄页上列出。
- 在黄页上做广告。在黄页上购买广告位。

登录黄页只能在黄页对应的本地页面中进行，如果要登录国外的黄页，只能通过你在国外当地的办事机构进行了。如果没有办事机构，那么可以购买广告。

国内主要的黄页有下面两个。

- 中国 114 黄页：[www.114chn.com](http://www.114chn.com)。
- 中国电信黄页：<http://www.yellowpage.com.cn>。

国外著名的黄页有如下一些。

- [www.europages.com](http://www.europages.com)。
- [www.superpages.com](http://www.superpages.com)。
- [yp.Yahoo.com](http://yp.Yahoo.com)。
- [www.switchboard.com](http://www.switchboard.com)。
- [www.infospace.com](http://www.infospace.com)。
- [www.smartpage.com](http://www.smartpage.com)。
- [www.yellowpages.com](http://www.yellowpages.com)。

## 第 6 章 网站提交后的策略

### 6.1 广泛使用链接提高网站排名

#### 6.1.1 为什么搜索引擎喜欢链接

一段时间以来，只要你的网站到搜索引擎注册了，就会被收录，说不定还会获得好的排名，但到了 1998 年，情况发生了变化，Google 决定采用指向网站的链接来作为判断网站是否匹配的一个因素，并且认为，网站获取的链接越多，正如获得的投票越多一样，网站就越重要。

链接指向网页起到下面一些作用。

- 链接使搜索引擎能够非常容易地找到网页。因为搜索引擎通过链接在网页间爬行，链向网页的链接越多，该网页就越突出，很快就会被搜索引擎索引。
- 搜索引擎根据链接到网页的链接数量来作为评估网页得分的一个因素。如果有很多的网页链向你的网页，那么搜索引擎对你网页的评分肯定要高于那些链接较少的网页，而那些网页本身被许多网站链接的话，那么搜索引擎会认为你的网站很重要（Google 把这种评分叫做 PageRank，即 PR 值，要知道，不止只有 Google 将链接作为衡量评分的指标）。

- 链接为搜索引擎提供了所链向页面的信息。链接文本一般包含关键词，搜索引擎将它作为有关于你网站的主题信息加以收集，有利于搜索引擎对你的网站的内容进行判断。
- 链接不仅帮助搜索引擎索引你的网站，而且帮助人们找到你的网站。我们所有努力的目标就是为了让很多人访问你的网站。

我们反复强调链接是重要的，在很多情况下，链接意味着你的网站是否被搜索引擎收录，是否取得好的排名。

## 6.1.2 网页值 PR

搜索引擎根据链向你网页的链接分配一个网页级别值给网页，其中一个为大家所熟知的是 Google 的 PageRank，即 PR 值。这个值是根据链向网页链接的数量和类型作出评估的。

PageRank 在搜索引擎优化领域被频繁使用。首先，Google 是世界上最为重要的搜索引擎，尽管在 2004 年，Yahoo! 放弃从 Google 获取搜索结果，而采用自己的搜索引擎，但是 Google 仍然是世界上占据市场份额最大的搜索引擎。其次，PR 值的量度非常直观，可以通过 Google 的工具条非常方便地查看你打开网页的 PR 值，这并不需要高深的学问。

PageRank 的算法在早期 Google 的创始人 Sergey Brin 和 Lawrence Page 还在斯坦福大学时在一篇论文中提到过。我们不能肯定现在 Google 的算法同论文上发表的一样，但至少应该很接近。

我们将焦点集中在 PageRank，其他的搜索引擎也是采用类似的算法，

只要你采取有利于提高你的 PR 值的方法，对其他的搜索引擎来说会有同样的效果。

PR 值只是搜索引擎决定怎样呈现搜索结果页面的众多考虑因素之一，很多人的确仅仅在与 PR 纠缠不休。PR 值低，的确表示了问题的存在；PR 值高，确实说明你在某些地方干得还不错。

当你用 Google 搜索某一主题时，Google 会根据你的关键词在它的数据库搜索相关收录的页面，判断页面的相关程度，Google 会考虑许多特征，如 title 标签的描述、关键词在网页中的状态（是否是粗体、斜体或处于列表中）及关键词在页面中的位置等，当然还要考虑 PR 值。在一些搜索结果中，页面 PR 值低的反而排在页面 PR 值高的前面，出现这样的情况说明了高 PR 值页面提供内容的综合评估值低于低 PR 值页面得益于其他因素综合的评估值。

有时更倾向于将 PageRank 看成是平衡关系的破坏者。假设有这样一种情况，对比你和你竞争者的网页，Google 发现具有相同的关键词，并且关键词具有相同的形式，处于相同的位置，并且认为与搜索关键词匹配程度也相同，那么这个时候就该用到 PR 值了，当然是 PR 值高的胜出。

Google 关于 PageRank 的论述为“我们的核心是 PageRank (tm)，它是一套用于网页排序的系统，由我们的创始人 Sergey Brin 和 Lawrence Page 在斯坦福大学的时候开发的。另外，我们还有众多的工程师每天都在对 Google 的各个方面进行改进，PageRank 仍然是我们搜索引擎的基础。”

按照 Google 的说法，PageRank 一直在被使用并且非常重要，虽然在持续被改进，但是其基础是没有变化的。



## 1. PageRank 的运算法则

也许你根本就不用知道 PageRank 的算法是怎样的，正如你不用了解重力是怎样形成的一样，但是我们却要学会如何利用它。在这里我只把 PageRank 的运算方法列出来，不做更多的探讨，如果你有兴趣想了解更多，可以去搜索相关的网站。

$$PR(A)=(1-d)+d(PR(t1)/C(t1)+\cdots+PR(tn)/C(tn))$$

其中各参数的含义如下。

- PR: PageRank。
- A: 网页 A。
- d: A 阻尼系数，设置为 0.85。
- $t1\cdots tn$ : 代表链向网页 A 的网页。
- C: 表示网页 t 的链出数量。

相对于 PR 值的算法，我更希望你了解下面的一些要点。

- 当一个网页被 Google 索引的同时，就被赋予了一个初始的 PR 值，这个值会非常小，但是它是存在的。
- 页面只有被 Google 索引后，才会具有 PR 值。如果链向你的页面没有被 Google 收录，那链向你网页的链接对于你来说没有任何的作用。
- 当你在网页上放置一个链接指向其他的网页时，相当于你就对链接指向的网页进行了投票，网页获得的投票越多，PR 值就越高。
- 链向其他的网页不会降低该网页的 PR 值，但是能够增加接受链接的网页的 PR 值。

- 页面没有链出是对 PR 值的浪费,也表示没有对其他网页的投票。
- 如果是只有链入,没有链出的网页,只需要一个简单的链接,就可以建立一个通道,让 PR 值导向你的网页。这也许不存在问题,因为绝大多数的网站每一个页面都具有相同的导航栏,它们通常被放在网页的顶部。
- 你可以通过以下两种方法来提升你网站的 PR 值。
  - 增加你网站的页面数量(这个增量是很小的,因为网页的初始 PR 值是很低的)。
  - 从外部获取链接。
- 获得反向链接的网页的 PR 值获得显著增加。将反向链接指向你最重要的网页,一般是网站首页,以利于它在搜索引擎中取得好的排名。首页会通过内部链接将 PR 值分配给站内的其他页面,但是通过这种方式的 PR 值增长是十分有限的。

网站是不具有 PR 值的,是网页具有 PR 值。通常,网站的首页具有高的 PR 值,其他内部页面具有低的 PR 值。下面有两条相关的要点。

- 你可以通过单个的链接向链接的页面传递较多的 PR 值。如果你的网页的 PR 为 5,只要你确保只有唯一的一个链接链向另一个网页,那么该网页会获得所有的 PR 值。
- 你同样可以通过许多的链接将网页的 PR 值均衡地分配给站内的其他网页,最通用的方法是每一个网页都能够通过链接链向站内的其他所有网页。

## 2. 大型的网站=更高的网页级别值 (PR 值)

因为每一个网页在诞生时就具有 PR 值 (只要 Google 找到了它), 网站被收录页面越多, 网站内在的 PR 值就越高。如果你的网站有很好的链接结构, 所有的网页都相互链接, 你的网页 PR 值会有很大的提升, 仅仅因为你庞大的网页数量。

但是, 不要刻意把这作为一种搜索引擎策略, 首先要保证你数量众多的网页内容要不同。不要仅仅是为了提升 PR 值去创建成百上千的网页, 如果都是垃圾内容则会毁掉整个网站。你可以保留网站中可以保存很长时间的內容, 如文章、资料和档案等, 这些老旧的网页可能拥有大量的反向链接, 如果删除会给你带来很大的损失。

## 3. PR 值量度

可以通过 Google 的工具条来知道 PR 值。可以为你的浏览器安装一个 Google 工具栏, 当你用浏览器打开一个网页时, 就可以看见网页的 PR 值了。假如工具条显示是白色的, 那么 PR 值为 0, 如果都是绿色的, PR 值为 10。将鼠标指向工具条, 会显示网页的 PR 数值。

如果显示 PR 值的组件没有出现, 则单击该工具条上的“选项”按钮, 打开“选项”对话框, 选择 PR 值显示选项即可。

下面是一些关于 Google 工具栏显示的一些情况。

- 有时你可能看到工具条是灰色的, 这极有可能是由于一些原因使 Google 服务器未能将 PR 值传递过来造成的。
- 有时工具条会预测网页的 PR 值。你有可能会注意到, 有时工具条居然会显示没有被 Google 收录网页的 PR 值, 这可能是根据该

网站中已经被收录的页面做出的预测。另外，Google 的数据中心遍布世界各地，它们在一定时间内不会全部同步，所以有可能不同的人看同一网页会有不同的 PR 值。

- 工具条显示的 PR 值不会是一个准确的值。两个页面通过工具条显示具有相同的 PR 值，实际上它们真实的 PR 值可能会有很大的差别。这只能是一个作为对网页现在或将来的一个参考值。
- 也许将网页的 PR 值不断提高会越来越困难。让网页的 PR 值为 1 或 2 很容易，但要提高到 3 或 4 就要付出相当的努力了；再进一步提升就相当的困难了；要达到 8 以上更难。

#### 4. PR 值泄漏

尽管网页的链接不会损失网页的 PR 值，但是有可能会使你网页的 PR 值外泄。正如我们所知道的，当你从一个网页链接到另外的一个网页时，相当于你对另外的网页投了一票。这样，站内的相互链接就相当于互相投票了，如果你链向了别的站点网页，你就可以对别的网站的网页投票，相对来说，对站内网页来说就是损失了。

例如，你有一个 PR 值为 10000 的网页，上面有 40 个链接，那么每一个链接获得的 PR 值投票是 250，如果其中有 20 个是指向其他网站网页的外部链接，那么这个网页对外的 PR 值投票总共达到 5000，这对内部网页来说就是一种损失；如果外部链接数是 10，显然内部网页将获得更多的 PR 值投票。

通常，我们更多的是考虑怎样获取高质量的来自其他网站的反向链接，而不是关注 PR 值的向外泄漏，因为这对提升你网页的 PR 值的作用



非常有限。但下面的方法能够让你改进 PR 值泄漏的问题。

- 如果你的一个页面有很多链向外部网站的链接，首先要确保它已经链向了你的内部的网页（或所有网页），应避免把该网页的 PR 值都传递出去。
- 理想的情况是，为外部链接做一个专门链接页面，当然，这个页面里要包含指向内部页面的链接；并且，在内部页面中应尽量减少指向链接页面的链接。

## 5. 页面的相关度

页面的相关程度从技术上来说是很难量度的。有一种说法是：来自于与你网页内容相关度高的网页的链接比来自于没有什么相关度的网页的链接更具有价值。问题是 PR 值与关键词是没有关系的，PR 值来源于指向网页的链接，与某个特定的关键词是没有关系的。不会因为网页的 PR 值高，该网页就是你要查找的网页。但要注意，搜索引擎最后呈现页面时考虑的是一种综合因素，其中包括内容和搜索关键词的相关度，这也是搜索引擎不断完善的主要方向，希望呈现给用户最恰当的结果。

有一种方法可以让搜索引擎能够很好地保证搜索结果的相关性，就是我们前面提到过的地址目录，特别是 ODP 和 Yahoo! 目录，搜索引擎从这些地址目录中同一目录下抓取的内容相关性就特别高。我们知道，这是地址目录通过人工的方式，按照一定的规则已经分类好了，搜索引擎通过搜索与目录关联的关键词找到相关的目录，这种搜索形式的搜索质量无疑是很高的，也再次说明 ODP 和 Yahoo! 目录的重要性。

页面的相关性确实是一个很复杂的问题，对于这个问题的细节我们

不作深入的讨论，如果你确实感兴趣的话，可以通过搜索 Topic-SensitivePageRank 找到更多的内容。

我认为，搜索引擎的这项技术并不像人们想象的那样和搜索引擎想要人们相信的那样具有先进性。来自于网页内容相关度高的链接要比相关度低的网页更具有价值，这从技术上来说是不严密的，因为没有一个是搜索引擎真正知道或可以肯定一个网站同另外一个网站相关，因此只能通过一定的分析来猜了，但猜的不可能总是正确的。即使能够做出判断，也只能是众多综合因素中的一个。

因此，不要完全迷信所谓的来自相关度高的网站的链接更有价值的说法。即使链接来自相关度不高的网站，它也能帮助搜索引擎找到你的网页，增加你网页的 PR 值，甚至直接给你带来访问者。

### 6.1.3 Hub 和接邻因素

搜索引擎会参考一些重要的网站，如门户网站、处于中心地位的行业网站等，来查看你的网站与这些中心网站的接邻关系，即链接的层次关系。这些重要的网站通过几层链接到了你的网站，中间的层次越少越好，能够直接链接到你当然更好，这说明这些重要的网站对你网站投了肯定票，当然 Google 会给予你更高的 PR 分值，这就是所谓的接邻因素。

Hub 就是设法使你的网页成为一个链接的枢纽，有大量的链接链入，同时也有大量的链接链出，从而使网页在一定范围内的链接体系中处于中心地位。事实上，搜索引擎一直以来都在想方设法地搜寻这样的网站，对

其加以重视，并且使其更新的频率更快。

#### 6.1.4 避免无价值的链接

下面一些链接是没有价值的。

- 如果网页没有被 Google 收录，那么链向你的链接是没有价值的。毕竟，Google 是无法知道的。或许这些网页被别的搜索引擎收录了，对这个搜索引擎来说还是具有价值的。
- 如果 Google 认为网页存在链接欺诈的话，则它是不会收录该网页的。当了解链接的价值以后，人们试图采取一些欺骗搜索引擎的手段来达到目的。例如，采用隐藏的链接，对于浏览者是不可见，但能够被搜索引擎识别。采用链接农村，就是组织上千的网站相互交换链接。

与作弊的网站交换链接会受到处罚的传言是不真实的，因为该网页根本不会被搜索引擎所收录，因此不会得到它的投票。

##### 1. 确认链接的有效性

有些链接貌似链接到了你的网站，其实没有，有下面两种情况。

- 链接虽然创建好了，但是链接的式样并不为搜索引擎所识别。
- 链接确实指向了某个地方，但是首先指向了网站自身的某个地方，然后才指向你的网页。

例如，<http://ad.click.com/clk:2313:5674:q?http://www.yourweb.com> 这个链接通过一个广告服务器 click 链接，当单击该链接时，会向 ad.click.com



服务器的程序发送一条消息，先由服务器程序来处理这条消息，然后才引导浏览者进入你的网站。你可能会认为这是一个链向你网站的链接，而事实上它链向了 `ad.click.com`。

例如，人们通常让链入的链接连接良好，让链出的链接搜索引擎最好不能识别，避免链出，他们通常会写这样的代码：

```
< script LANGUAGE="JavaScript">
<!--
    Document. Write ("visit<a href='http://www.yourweb.com/'>
这是一个无比精彩的网站</a>."
    //-->
</script>
```

上面程序使用 JavaScript 来写链向你网站的链接，这个链接访问者能够看到，单击时工作良好，但是搜索引擎是不会读取 JavaScript 代码的，也就不知道这儿有一个链接。这种手法很具有欺骗性，从表面上看是一个正常的链接，但是不能被搜索引擎看见，所以对于你的网站来说毫无贡献，如果是交换链接的话，它就骗取了你的投票。

像这样的手法还有很多，都是由于搜索引擎不能识别 JavaScript 而造成的，但从表面上看它却是一个正常的链接，可以通过查看其源代码识别（查看 JavaScript 源代码的方法在前面的章节中已讲了）。

## 2. 判断链接价值的优劣

可以判断链接价值的优劣，利用像搜索引擎，特别是 Google 去判别这些链接是否比另一些链接更有价值，更应该给予较高的分值评估。下面是一些通过实践得出的经验。



- 处于文本段落中的链接被认为比处于列表中的链接和文本以外的链接更具有价值。
- 搜索引擎会比较网页的链入和链出，如果有许多都是互惠地交换链接的话会降低网页级别。
- 链向网站内页的链接也许比链向首页的链接更具有价值。
- 链出链接分散在整个站中比集中在少数的几个网页更有价值。

### 6.1.5 用关键字作链接

前面我们已经讨论过关键词对于网页的重要性，同样，如果用带关键词的链接指向你的网站也非常重要。如果有上百个带有包含你网页关键内容的反向链接指向你的网页，那么搜索引擎会认为你的网站是匹配该关键词的重要网站，会给予你足够的重视。

通常所说的文字链接中的文字，用术语来说是 anchor text，可以译成锚链文本和锚链，就是处于 html 标签<a>和</a>之间的文本，在文本中包含关键词是非常重要的。Google 创始人 Sergey Brin 和 Lawrence Page 的说法为：“……锚链通常提供网页非常精确的描述，甚至超过网页本身……特别是它帮助我们搜索不包含文本的信息，拓宽我们的搜索范围，能够覆盖到那些数量非常少的下载文件。我们利用锚链搜索反馈的结果质量很高。”

换句话说，就是 Google 和别的搜索引擎利用链接文本去判断网页的内容。链接甚至能够在搜索引擎不能读取文件时帮助它判断文件的内容。

打开一个网页仔细看看它的链接，也许你会发现下面一些问题。

- **图片链接：**搜索引擎是不能读取图片的，当然不能从图片中获取关键词。不过可以在图片的 alt 属性项添加相关的关键词，但是在搜索引擎看来，alt 属性文本的权重是不如文本链接的。
- **一两个词的链接和公司名链接：**在大多数情况下，公司的名称帮不了你多少忙，你应当用你潜在客户和浏览者可能用的关键词。
- **笼统的描述：**这样其实很浪费链接文字，直接应用关键词或词组更好。

### 6.1.6 链接的一些基本规则

链接非常有价值，能够帮助你提升你的网站在搜索引擎中的排名。链接的基本规则如下。

- 来自于网页内容相关度高的链接要比相关度低的网页更具有价值（因为确实有相关度这样的指标，虽然它不精确，但是情况不可能一直这样持续下去）。
- 来自于网页 PR 值高的链接要比网页 PR 值低的更具有价值。
- 所有链向你网页的链接都会对你的网页有贡献，即使它的 PR 值非常低。
- 网页的链出链接越多，对你的 PR 值贡献就越少，因为 PR 值被分摊了，在一些情况下，PR 值低链出少的网页，反而会比 PR 值高链出多的网页对你的网页 PR 值贡献大。

- 一个包含关键词的链接是非常有价值的，它将会向搜索引擎提供非常有价值的信息，帮助搜索引擎做出判断，从而有利用网页的排名。
- 使用链接策略，可以让你的网站处于一种中心地位，并与重要的网站接邻，从而使网站发挥巨大的能量，并引起搜索引擎的格外关注。

## 6.2 建立反向链接

前面我们谈到了链接的价值，特别是反向链接的重要性，现在的问题是我们怎样去获取这些网站的链接。在前面我们也讲到了一些基本规则及什么样的链接更有价值等内容，然而，刚开始时，你也许不会在乎那么多，下面我们将详细介绍。只要你认为该网站还有那么一些联系，访问者通过那些链接能够到达你的网站，那就做链接，不必在乎它的 PR 值是多少。

### 6.2.1 规范好你的链接式样

建议你创建一个链接页面，统一设定链接式样，并提供链接代码，方便别的网站给你做链接。

创建链接文本式样的原则如下。

- 链接文本一开始要使用核心关键词或短语。
- 如果你愿意的话，可以加上其他的一些关键词。

- 在描述中再次强调核心关键词。
- 可以综合其他一些关键词。

例如下面的例子：

```
<!-- BEGIN HTML CODE -->
<A HREF="http://www.cgvalve.cn" Target="_blank"> <b>China
valve supplier</b></a>
    - ChuangGao Valve, china professional valve provider, supply
Cast Steel Valve, Forged Steel Valve, Water Control Valve,
Hydraulic control valve...
<!-- END HTML CODE -->
链接的显示式样: China Valve supplier-ChuangGao Valve, china
professional valve provider, supply Cast Steel Valve, Forged Steel
Valve, Water Control Valve, Hydraulic control valve...
```

要尽可能由你来指定链向你链接的式样，不要让其他人来决定。我们还可以通过一些链接检查工具来检查链接的式样和状态，这将在后面讲解。

## 6.2.2 链接建设，步步为营

下面是获取链接的方法。

- 注册地址目录，如 Yahoo!目录、ODP 目录和一些专业目录等。
- 发动亲友，把每一个人都发动起来。
- 发动员工。
- 与行业协会或商务机构联系。
- 与厂商网站联系。
- 与商业伙伴联系，加入他们的客户列表。



- 联系有影响力的客户网站。
- 向公告栏提交。
- 发布新闻稿。
- 寻找链向竞争对手的网站。
- 申请互换链接。
- 用搜索引擎搜索“提交网站、add url”等相关关键词。
- 使用相关辅助软件和服务。
- 联系邮件关系往来的人。
- 创建 blog。
- 在论坛推荐网站。
- 追踪线下的印刷品。线下的常常会被搬到线上。
- 内容分发。
- 申请在线奖品。
- 广告。
- 购买链接。

上面是获得链接的方法，它们是按照一种优先的顺序排列的。当然你也可以根据你的资源情况安排顺序，这里仅供参考。下面分别进行详细介绍。

### 1. 注册地址目录

获取链接的地址目录主要是 Yahoo!目录和 ODP，并且注册的重要性不仅在于访问者能够从目录中直接找到我们，还在于搜索引擎会常常读取这些目录。

例如, Google 就同时从 Yahoo!目录和 ODP 获取数据, 并且 ODP 中的数据还被很多其他小型搜索引擎所采用, 这些链接还具有高度的相关性, 它们在目录中被分类存放。加入地址目录是我们链接战略的第一步。

## 2. 发动亲友

发动所有你认识的人给你加上链接。许多人都有自己的博客, 让他们在博客上给你加上链接。让这些认识的人帮你到他们的朋友圈去做宣传。当然你要事先准备好宣传用的资料和链接式样, 确保宣传的准确性和链接文本中关键词的准确性。

## 3. 发动员工

员工常常会为你带来意想不到的方向链接, 因为他们会经常在论坛等地方谈论公司。那么向每一个员工发一封邮件, 让他们在自己的网站、博客中加一个链接, 在论坛上发帖、回帖时用带有链接的签名。

## 4. 联系行业组织

行业组织或协会的站点是你应当引起重视的、非常有用的免费资源, 如果你是他们的会员, 那就联系他们, 把网站加入他们的会员列表中。这些行业组织包括你当地的区域性行业组织和国家级别行业组织。

## 5. 与有业务往来的公司交换链接

与和你有业务往来的上游和下游厂商联系, 让他们的网站链向你的网站。如果对方是非常有名的企业, 那你将得到意外的收获, 或许能从这类网站获得大量的流量, 还会得到搜索引擎的关注。

## 6. 申请成为典型客户

如果你购买了某种服务，那么不仅要加入该公司的客户列表，还要争取成为该公司的典型应用案例，这样你将得到更多的关注。

## 7. 发布新闻稿

在一些公共系统上发布新闻，发布的新闻中要包含网站的链接，这些新闻会被转载，进而被传播，可以通过搜索引擎搜索“添加新闻”关键词来搜索相关的网站。

国外的相关站点有如下一些。

- [www.prweb.com](http://www.prweb.com)。
- [www.worlddannounce.com](http://www.worlddannounce.com)。
- [www.us.pressline.com](http://www.us.pressline.com)。
- [www.pressbox.co.uk](http://www.pressbox.co.uk)。

有的网站需要注册或收取一定的费用。

## 8. 查找链向竞争对手的网站

如果一个网站链向了你的竞争对手，那么这个网站极有可能链向你，可以通过查找你的竞争对手，来查找链向他们的所有网站，并邀请这些网站也链向你。也许，在这种情况下需要交换链接，这是我们下面要讲到互换链接的情况。但是，有些情况是他只是想给他的网站浏览者提供更多的有用信息，因此，你的竞争对手能够被列出，那你也能够被列出来。可以用 Google 工具条来查看。用安装了 Google 工具条的浏览器打开你竞争对手的网站，然后在工具栏中选择查看反向链接命令，链向你竞争对手的

网站都会被一一列出。

### 9. 互换链接

互换链接就是你在希望别人的网站链向你时，你也链向别人的网站。互换链接不像我们上面提到的链接方式，不需要再链回别的网站，这种方法现在被广泛地使用，但在使用这种方法的时候应该注意以下两点。

- 搜索引擎喜欢包含关键词的链接从与你网站具有一定相关性的网站链向你。
- 搜索引擎喜欢你以同样这样的方式链向其他的相关网站。

如果互换链接没有做到相关性，那么很难给你带来价值。我们的做法如下。

- 相关网站之间可以做交换链接。
- 不同网站相关页面之间可以交换链接。
- 页面可以同相关的网站之间交换链接。

现在的网站大都采用链接页（links pages）的形式交换链接，如果大量的链接采用互换的形式且网站之间无关，那这种形式是不受搜索引擎欢迎的，甚至被认为是对搜索引擎的挑衅，我们可以预见这种链接形式在将来的处境。从链接有一定的相关性的角度来说，在一页中有几十甚至上百的链出，对你的 PR 值贡献是微乎其微的，更不要指望给你带来多少浏览者了。

### 10. 利用搜索引擎搜索添加链接网站

你可以通过搜索引擎来搜索相关的可以添加链接的网站，例如下面的



组合形式。

- “关键词” + “添加链接”。
- “关键词” + “添加网站”。
- “关键词” + “链接交换”。
- “关键词” + “add url”。
- “关键词” + “add link”。
- “关键词” + “add site”。
- “关键词” + “suggest url”。

然而，这些网站的质量也许都不会很高，你可以在其中挑选。

#### 11. 利用链接软件和服务

寻求链接被认为是费时、费力、乏味的工作，有一些自助链接工具和一些链接服务网站可以帮助你。国内的相关软件和提供链接服务的网站较少，你可以通过搜索引擎搜索到一些，如用“自助友情链接”和“自助链接”等搜索。

国外提供这类服务的要成熟些，主要软件有下面两个。

- Zeusa: <http://www.cyber-robotics.com/>。
- ARELIS: <http://www.axandra-link-popularity-tool.com/>。

提供链接服务的网站有下面两个。

- [www.linkpartners.com](http://www.linkpartners.com)。
- [www.links4trade.com](http://www.links4trade.com)。

上面的这些软件和服务可能有的需要收费。

## 12. 创建博客

通过创建博客来链向你的主站点是一个很好的方法，因为这种链接完全是自己控制的。现在绝大多数博客都是免费提供空间的，你可以轻松地创建多个企业博客。但要注意下面这些问题。

- 博客的内容要与网站内容相关，最好是作为主站点的子站。
- 博客也需要优化，以便获得好的搜索引擎排名。
- 在一些著名的博客托管网站申请博客。如 Google 的博客托管网站（[www.blogger.com](http://www.blogger.com)）。Yahoo! 目录下的博客托管网站（[http://dir.Yahoo.com/Computers\\_and\\_Internet/Internet/World\\_Wide\\_Web/Weblogs/Directories/](http://dir.Yahoo.com/Computers_and_Internet/Internet/World_Wide_Web/Weblogs/Directories/)）及行业门户等。
- 博客的内容需要经常更新和维护。

利用好博客可以很好地提升主站点的搜索引擎的可见性，对公司宣传有利。但是，做好博客也不是容易的事情，它要花费你很多时间去更新和维护。

## 13. 在论坛中推荐网站

你可能会发现论坛中的帖子经常被搜索引擎收录。那么无论什么时候，当你经过论坛时都要留下你网站的信息或是带有链接的签名，这也许会对你有帮助。但是如果你是以像 <http://www.yourweb.com> 这样的普通文本作为链接，且论坛系统没有给你自动转化成真正的链接形式，如“<a href="http://www.yourweb.com">http://www.yourweb.com </a>”，可能它就不会被搜索引擎作为一个链接来看待。不过，现在的论坛大都允许使用带

有链接的信息，只有少数有限制。

#### 14. 追踪线下的印刷品

你也许会有这样的印象，大多数线下的印刷品都是会被搬到网上的。如果你们公司出版了线下的印刷品，或者在线下的印刷品中提到过公司，那么可以跟踪一下出版商确保线上的出版物中的关于公司的链接能够工作正常。

#### 15. 内容分发

内容分发很像联盟的形式，就是与其他的网站合作，将自己网站上的内容作为别的网站内容的一部分。这样不仅可以将自己网站的内容广泛地传播出去，宣传了公司业务，同时为网站增加了外部链接。这种形式在网站推广中，值得大家好好研究。

#### 16. 申请线上的奖励

你有可能注意到线上有很多的评选活动和抽奖活动。要积极参与这些活动，说不定会有意外的收获，还能够为你的网站增加一个反向链接。

#### 17. 付费购买链接

也许你考虑过通过购买广告的方式获取链接，那你需要先考虑下面的两个问题。

- 广告一般意味着高价钱。
- 广告链接一般不是直接链接到你的网站的。因此要仔细分辨，它们经常是首先链接到广告商的网站，然后跳转到你的网站，搜索引擎可不认为这是链向你的网站。

但是，在一些情况下，通过购买广告来获取一个高质量的链接是明智的举动。如果有这么一个网站，你的许多潜在的客户经常光顾，花费不高，能够在突出的位置显示，并且确保是直接链接到自己的网站，那么这样的网站是值得你花钱购买广告的。

还有一些专门的服务机构提供付费的为你做链接的服务，现在国内这种专业的机构还很少，国外的非常成熟了，如果你的网站是针对国外的，则可以采用这种方式，相关的机构前面已经列举过了，这里就不再赘述，你还可以通过搜索引擎搜索到很多。

如果你按照上面的方法，有计划地实施了你的链接战略，那么现在剩下的就只有等待了。也许根本不需要逐个去实现上面提到的策略，只要做好其中的几项，就会在搜索引擎的搜索结果中取得很好的排名，但需要等待一段时间，等待搜索引擎更新，这段时间长短不确定，有时会长达3个月。

不要打留言板和链接工厂的主意，它们对于你来说就像食之无味、弃之可惜的“鸡肋”。

- 留言板：很多网站都有留言板的功 能，作为早期的一种链接技巧，人们大量地通过留言板来添加链向自己网站的反向链接，搜索引擎当然知道，虽然很多的留言板被搜索引擎收录，但是这种从留言板获取的反向链接不会有多大的价值。
- 链接工厂：所谓链接工厂是一种高度自动化的链接交换系统，通过它可以在很短的时间内为你完成上千个的链接交换。不要卷入链接工厂，如果你链向了链接工厂的页面或者自己拥有一个链接



工厂页面，那么你会面临搜索引擎的处罚。因为，搜索引擎不喜欢这些试图反映不真实情况的行为，它一直在同这样的行为做斗争，眼光同样要放得长远一点，这样会节省你的时间和精力。

### 6.2.3 谁来做链接工作

链接工作是一项长期的工作，不要期望在短期内解决所有的问题。可以制订一个工作计划，安排几个人，每天抽出一个小时专门来做链接，不用太多，一人一天只需做一两个，长期积累就相当可观了。当然，在你力所能及的范围内发动一切可以利用的资源来作为补充，如你的家人、亲戚及学校里的学生等。

## 6.3 点击付费广告

### 6.3.1 什么是点击付费广告

点击付费广告称为 PPC (Pay-Per-Click)，它的工作过程如下。

- (1) 先在 PPC 系统上注册，提供你的付款账号，为自己开通一个广告用户账号。
- (2) 创建广告。提供标题、描述和链接信息，可以创建多个广告。
- (3) 将关键词同广告关联。
- (4) 为关键词出价。

一般，你给关键词出价，就是为你在搜索结果页面的位置出价，但各

种 PPC 系统在算法上有细微差别,如 Google 还要考虑点击率和相关性等。

### 6.3.2 PPC 的特点

PPC 的特点如下。

- 它是一种快速从搜索引擎获取流量的方法。
- 其针对性强,点击广告者的目的性很强。
- 流量比较稳定,需要付费使用。
- 按每次点击费用(CPC)付费。只需按自定的价格支付点击费用,但是这个价格并不适合所有的公司。
- 认识差异。许多人不去点击搜索结果中的赞助商链接,因为他们对这些链接不信任。

因此,针对 PPC 的特点,各种规模的公司可以制订自己的相关策略,不过不管怎样,这里面有一些基本的原则需要遵循,以提高 PPC 的性价比。

### 6.3.3 PPC 广告原则

PPC 广告投放的基本出发点在于用较低的价格换取较高的点击转化率。

#### 1. 较低价格的确定

较低价格是一个相对的概念,需要一个参照物,这需要参考你以前的数据,那就是平均每一个浏览者对于你的价值。

统计一下在一段时间内有多少浏览者来到你的网站,他们产生了怎样

的行为，如有多少人注册了、有多少人咨询了、有多少成为了客户等，评估这些行为对你的价值，并估算出每一位浏览者的价值，最后估算出你愿意为之付出的费用，把这作为 PPC 每一次点击的参照。当然，你要考虑到通过 PPC 点击来的浏览者的质量是比较高的，最后确定 PPC 的每一次点击的费用（CPC）。

## 2. 提高转化率

在 PPC 投放中，提高转化率的关键在于关键词的选择上。我们通常不期望通过 PPC 带来多大的流量，而是带来高质量的潜在客户，那么在关键词的定位上需要的是精确，缩小概念的范围，是一个点的概念，而不是一个面。如你是一家生产电视机的企业，你使用“21 寸液晶电视”肯定比“电视机”这个关键词有效，当然你还可以进一步缩小范围，如“xxx 牌 21 寸液晶电视”。关键词概念要窄，最好不能再分，可能它的点击率不高，但是其转化率会更高，这对于按照点击付费来说，无疑是很划算的。当然这要根据公司具体的需求来定，有的公司希望取得较好的转化率的同时有较大的流量，则可以适当放大关键词的范围，以期望不要放过每一个可能的潜在客户；有的公司预算吃紧，那么就需要紧缩关键词。

## 6.3.4 Google AdWords 投放

### 1. Google AdWords 广告的表现式样

Google AdWords 广告的表现式样为：以关键字定位的广告将显示在 Google.com 搜索结果页上搜索结果的侧面或上方，如图 6-1 所示。



图 6-1

Google AdWords 广告在 Google 联网中的搜索网站、内容网站上的表现形式如图 6-2 所示。

在 Google 联网的搜索网站上，客户的广告可能出现在搜索结果的面或上方，还可能作为用户通过网站的目录转到结果页的一部分。



图 6-2



另外, Google 自己的 Gmail 也展示 AdWords 广告, 如图 6-3 所示。



图 6-3

## 2. Google AdWords 广告的投放步骤

Google AdWords 广告投放包含如下的 4 个基本步骤。

- (1) 目标客户。从多种主要语言和近 200 个国家/地区中选择。你甚至可以选择只为特定城市或地区的用户展示你的广告。
- (2) 制作广告。输入广告文字并选择会触发这些广告的关键字。
- (3) 定价。选择要使用的币种, 设置每次点击费用 (CPC) 和每日预算。每日支出金额完全由客户自己来定, 无须设定最低预算。
- (4) 注册。通过提供电子邮件地址并设定密码即可创建 AdWords 账户。如果准备启动广告, 登录新账户并提交结算信息。

下面进行详细介绍。

### (1) 目标客户

选择您想要的目标语言和目标位置。首先命名新广告组，然后告诉 Google 想要定位的目标语言和目标位置。所有与主要语言选择（一种或多种）相同的用户均可看到广告。注意，广告本身不会被翻译。

可以按照国家、地区、区域或自定义参数定位客户，做出选择，然后单击“继续”按钮，可在打开的页面中选择具体的目标位置，如图 6-4 所示。

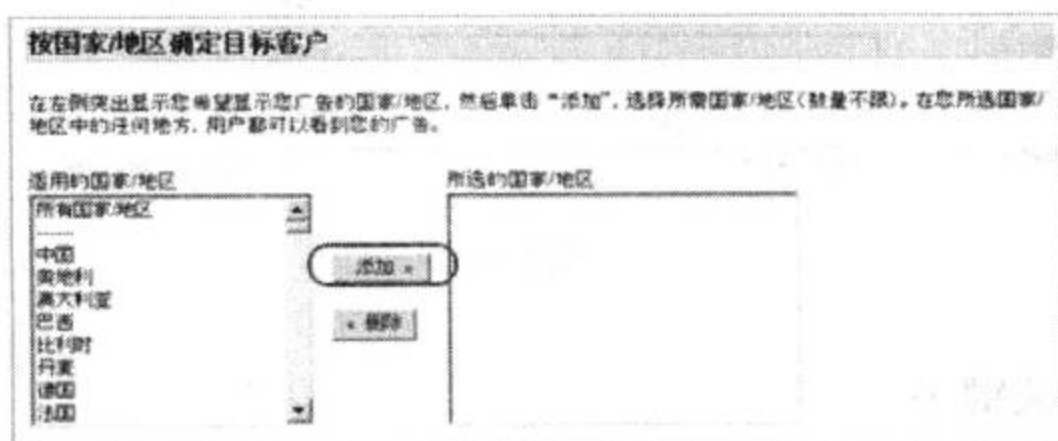


图 6-4

要针对某个国家/地区或区域定位，需在图 6-4 所示的左侧窗口中单击其名称，然后单击“添加”按钮将该国家/地区或区域移动到右侧的选择窗口中。

所选择的语言和国家/地区将决定广告的受众群。例如，如果将目标语言设为法语，目标国家/地区设为法国和西班牙，则法国和西班牙两个国家中将其语言首选项设为法语的用户将可看到你的广告。

### (2) 制作广告

#### ① 输入广告文字

创建标题和两行广告文字，使总字符数不超过 95；“显示的网址”文

本框中需输入想在 AdWords 广告中显示的网站的网址所输入的字符长度不能超过 35 个；“目标网址”文本框中最多可包含 1024 个字符，它指向的是用户在点击广告后访问的实际网页，如图 6-5 所示。

图 6-5

## ② 选择关键字

可以在如图 6-6 所示的界面中选择关键字，每个关键字应独占一行（输入每个关键字或关键字词组后，按 Enter 键）。请确保输入的关键字反映网站或产品的特点，以获得最经济有效的结果。

图 6-6

由于在以后可以创建其他关键字列表或修改此处的列表，因此，可以

只先在此处选择少部分关键字，以测试哪些关键字有用，哪些没用。

### (3) 定价

#### ① 选择币种

注意，所选择的币种将同时应用于结算和付款。因此，如果选择了美元，则 Google 只能使用美元申请付款，也只能接受美元付款。一旦你为账户选定了某一币种，今后将无法再对币种进行更改。另外，某些情况下你选择的币种会影响你可以使用的支付方式。

#### ② 设定最高每次点击费用 (CPC)

根据输入的关键字，AdWords 系统会计算出一个最高每次点击费用建议值，并显示相应的每日点击数和费用，你可以接受此值或输入自定值，如图 6-7 所示。

**选择币种**

使用以下信息向此帐户付款: 人民币 (CNY ¥) [查看付款方式](#)

请注意，启动了您的帐户后，就不能更改您选择的币种了。

---

**设定最高每次点击费用 (CPC)**

最高每次点击费用 CPC [?] 是每次用户点击您的广告时，您愿意支付的金额。您可以随时更改此金额。

☐ 我们建议: ¥5.79  
对采用这一最高每次点击费用的广告的预期结果: 排在首位的时间百分比 85.0%; 每日点击次数 4; 每日费用 ¥2.32。 [关于估算值](#)

☐ 输入您自己的最高每次点击费用: ¥  (最低金额: ¥0.15)  
打开下面的点击量估算工具以获得有关您的最高每次点击费用的估算值。

[▶ 查看点击量估算工具](#) - 根据我们建议的最高每次点击费用，查看您的关键字的详细排名、点击量和费用估算值。您还可以根据您选择的最高每次点击费用生成新的估算值。

图 6-7

单击“查看点击量估算工具”链接可以浏览各关键字的预计排名和费用，也可以对最高每次点击费用进行更改，并查看更改对广告平均排名、点击数和费用的影响。



### ③ 选择每日预算

每日预算即每月希望在该广告系列上支出的费用除以该月的天数所得的金额。例如，如果客户希望在某月（该月有 30 天）支出 3000 美元，则客户的每日预算为每天 100 美元。

设置每日预算的界面如图 6-8 所示。

设定每日预算

每日预算是您每天愿意花在特定广告系列上的金额。您可以根据需要经常更改这一金额。我们将根据多种因素向您提供建议的每日预算。这些因素包括相同或相似关键字的历史点击量数据以及目标选项等。

☐ 我们建议: ¥10.00  
此每日预算的估算值: 每周费用 ¥70.00; 每月费用 ¥300.00。

☐ 输入您自己的每日预算: ¥

如果我们建议的金额或点击量估算值太高....

可以通过多种方法来创建更适合您的业务需要的预算:

- 使用点击量估算工具 - 在上述的点击量估算工具中加入您自己的最高每次点击费用, 直到返回的估算值满足您的需要为止。
- 修改您的关键字列表 - 针对性更强的关键字可以提高相关性和降低费用。简化您的关键字列表也有助于降低费用。
- 修改您的目标客户 - 您的费用一部分取决于与您最接近的竞争对手愿意支付的金额。因此, 使您的广告指向更明确的市场可以降低您的费用。

图 6-8

AdWords 系统会给出一个每日预算建议值, 该值是根据客户的目标区域选项和相似关键字的历史点击数据计算得出的。此预算可帮助确保客户的广告每天获得最大展示率。可以根据需要自主增加或降低此金额, 客户的广告会相应地在全天的不同时段展示。

单击“继续”按钮。现在您可以在完成注册过程之前, 查看您的所有广告和价格选择。

### (4) 注册

输入你的电子邮件地址和密码以创建账户, 如图 6-9 所示。

**登录**

您的电子邮件地址将成为您的登录信息。如果您已经拥有 AdSense 帐户，则可以在下面输入 AdSense 登录名和密码。如果需要，您还可以建立您自己所有的 AdWords 登录名和密码。

电子邮件地址:

我们会定期发送有关帐户的通知。正如我们在注册过程中所提示的那样，Google 会保护您的电子邮件地址。

密码长度应不少于七个字符。请同时使用数字和字母。

密码:

再次输入密码:

如有必要，我们将给您发送与 Google 广告协议相关的一些服务通告。

☒ In addition, send me periodic newsletters with tips and best practices, timely account performance suggestions, and occasional surveys to help Google improve AdWords.

单击下面的按钮后，您会收到一封确认您的帐户的电子邮件。只有在您登录并提交结算信息之后，才会刊登您的广告，您才有可能赚到生意。

**创建我的 AdWords 帐户**

图 6-9

电子邮件地址应当是常用的地址，因为 Google 会把所有账户信息发送到该地址。客户会收到功能更新信息和对广告效果的警告信息，如果选择了接收除账户信息之外的邮件，则还会收到简报。

提供了这些信息后，单击“创建 AdWords 账户”按钮完成账户创建过程，然后你会收到一封电子邮件，要求确认申请。如果已完成上述步骤并准备启动你的广告，则登录到账户并提交结算信息；如果选择后付款方式，客户的广告将在输入结算信息后立即开始投放；如果您选择预付款方式，广告将在收到预付款后立即开始投放。

### 3. Google AdWords 的优势

Google AdWords 的目标是为各种规模的企业提供最有效的广告服务，它的优势如下。

- 让寻求产品或服务的客户看到你的广告。
- 每千次展示费用定价。面向希望针对具体内容的网站，并通过展

示次数付费。

- 全面控制广告预算。
- 轻松制作和修改广告。
- 可以在完成制作后几分钟内在 Google 上看到广告。

Google 还努力为客户提供最友好和最专业的客户服务。对于在电子邮件中提出的任何问题, Google 通常会在一个工作日内及时予以答复。客户还可以全天候地查阅详细的效果报告, 帮助你跟踪广告系列的效果。

Google AdWords 广告投放有以下的特点。

#### (1) 控制

Google AdWords 账户具有下列所有卓越功能, 完全能够适应任何广告客户的需求。

- 按每次点击费用 (CPC) 定价, 只需按自定的价格支付点击费用 (最高每次点击费用的选择范围为 0.09~810 元人民币)。
- 设定每日预算, 最低额度为 0.09 元人民币。
- 设定每日预算, 最低额度为 1 美分。
- 全天候在线查阅账户中的效果报告。
- 在广告网中的网站和产品上刊登广告以提高展示率。
- 以一个或多个关键字定位一个或多个广告。

Google AdWords 没有每月最低费用限制, 也没有每月最低投放时间要求, 而且只需支付一笔最低费用便可以开账户, 因此它是中小企业理想的营销工具。

#### (2) 成功

Google 广告计划的成功是以广告客户的成功为基础的。因此, Google

不遗余力地优化客户广告，以最经济有效的方式吸引符合条件的潜在客户点击您广告。Google 提供了费用估算和相应的工具，帮助客户控制广告系列内每个关键字的价格和目标网址。此外，Google 承诺与客户分享研究成果，并且使客户不断了解最新的 Google AdWords 功能。

### (3) 支持

为了确保客户能够从 Google 所提供的工具中获益，并使客户能够灵活地控制自己的账户，Google 建立了帮助中心。通过帮助中心可以找到有用的广告计划信息、广告效果建议以及有关账户创建和维护工作的操作步骤说明。

如果你的产品是面向国外客户的，那么 Google 的关键词广告投放是你很好的选择。

## 6.3.5 百度关键词广告

在百度中利用关键词搜索广告的步骤如下。

(1) 用户输入关键词，如“电磁阀”，如图 6-10 所示。



图 6-10



(2) 在用户搜索的结果中, 排名企业的推广信息优先显示在用户面前, 如图 6-11 所示。

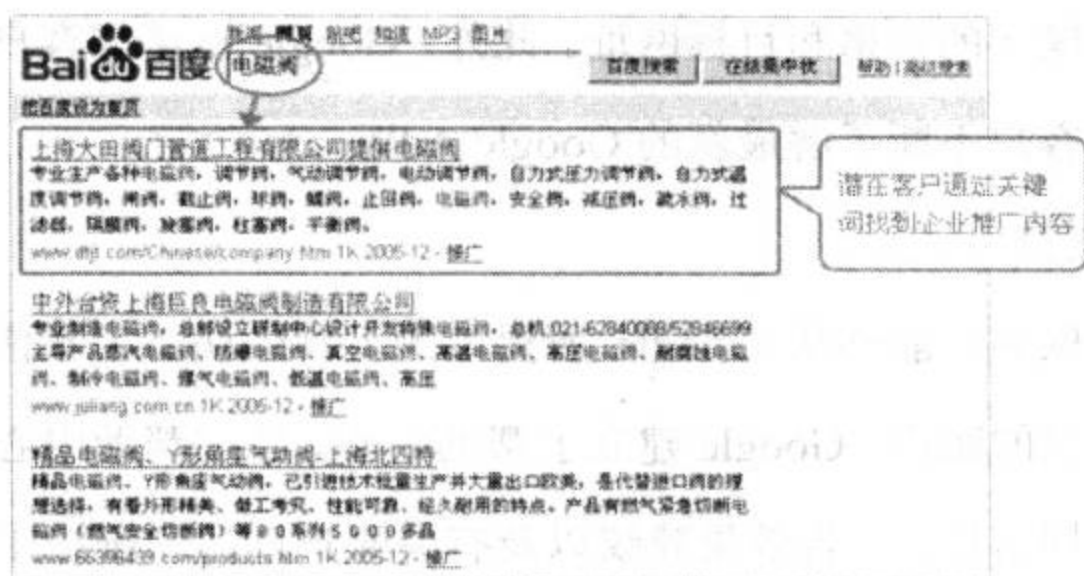


图 6-11

(3) 用户单击超链接即可进入企业网站, 如图 6-12 所示, 在其中可以浏览企业产品的具体信息, 与企业联系, 产生订单。



图 6-12

百度关键词竞价排名投放步骤如下。

- (1) 在百度上注册竞价排名账户。
- (2) 缴费开户，在服务人员帮助下选择关键词。
- (3) 提交关键词，审核通过，排名生效。
- (4) 根据推广情况随时调整关键词，以达到最佳效果。

在百度投放广告时应注意以下内容。

- 首先检查关键字指向的 URL 是否能访问，以避免搜索结果出现死链的情况。
- 了解提交的网站内容。
  - 若涉嫌非法内容或非法链接则拒绝通过。
  - 若关键字与网页内容相关度不高则拒绝通过。
  - 若标题或网页描述的前 20 个字未出现关键字则拒绝通过。
  - 若标题、网页描述与关键字不相符，则拒绝通过。
- 对于如“xxx 网”一类关键字，要特别注意该网站的名称是否和关键字完全吻合，如果不吻合，同时另外有其他网站的名称是这个关键字，则不予通过。
- 有些用户在提交关键字时会将其竞争对手或同行业其他企业的公司名或产品名也注册，这种情况下，除非该用户为这些企业产品的经销商，否则拒绝。
- 另外，在关键字审核过程中，还要注意关键字重复提交的问题，只保留一个即可。
- 如遇地名关键字，按照如下标准执行。
  - 网站内容是面向最终消费者的服务可以审核通过，如当地的

旅游、宾馆、机票预订、学校、医疗机构等可以通过。

- 当地的政府机构网站可以通过。
- 当地的各类综合性网站，如网站内容为当地的企业黄页、地貌概述和风土人情等，可以通过。网站内容是面向企业服务的，如当地的企业、公司和工厂等，将不予通过。
- 同一账户不可提交多个网站。当你提交两个或两个以上的网站时，管理员会根据网址和网页内容进行判断，如网址不同，公司名称不同或业务、产品为不同领域，管理员会将你的关键字拒绝。
- 关键字中含有“中国”。如果你的网站不是综合性网站，只是企业性质，请不要将“中国”包含在关键字中提交。

百度竞价排名优势如下。

- 全球最大中文网络营销平台，覆盖面广，如图 6-13 所示。

2009年中国搜索引擎市场营收份额

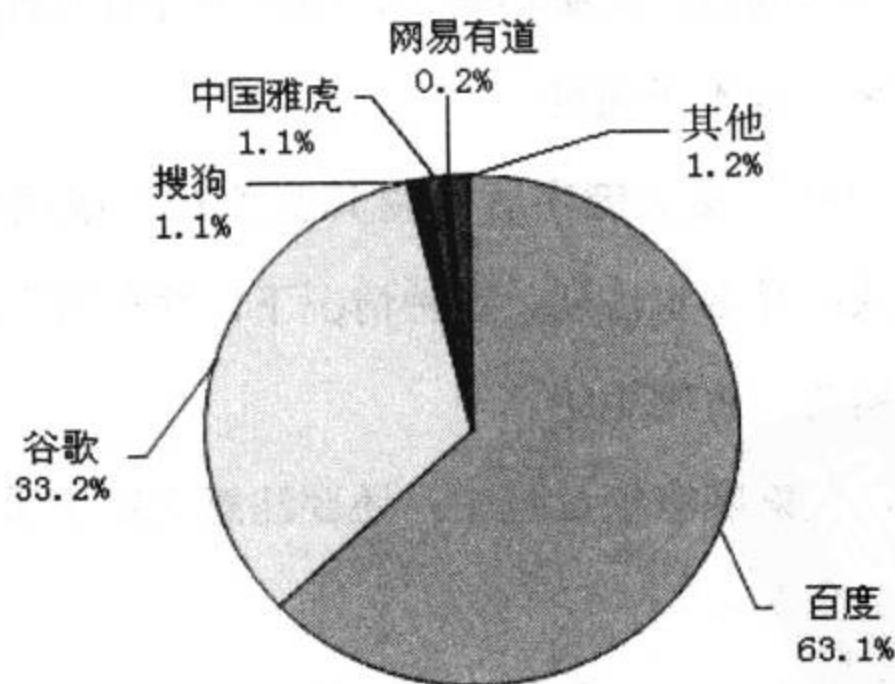


图 6-13

- 百度是全球最大中文搜索引擎，是全球最大中文网站。
- 覆盖 95% 的中国网民。
- 每天超过 1 亿次搜索。
- 按效果付费，获得新客户的平均成本低。
  - 按照给企业带来的潜在客户访问数量计费，没有客户访问不计费。
  - 为企业提供详尽、真实的关键词访问报告，企业可随时登录查看关键词在任何一天的计费情况。
  - 企业可根据自身需求，灵活控制推广力度和资金投入，充分利用每一分钱。

关键词后台统计报告如图 6-14 所示。

关键字	点击次数	消费金额	平均点击价格
鲜花	2117	1318.33	0.6227
鲜花网	955	286.47	0.3
网上花店	353	585	1.6572
生日蛋糕	312	102.92	0.3299
鲜花网	310	347.78	1.1219
花客	304	307.89	1.0128

图 6-14

- 针对性强。
  - 对企业产品真正感兴趣的潜在客户能通过有针对性的产品关键词直接访问到企业的相关页面，更容易达成交易。
  - 帮助企业获得大量业务咨询电话、传真和邮件，让客户主动找到你。

百度网民职业结构特征如图 6-15 所示。



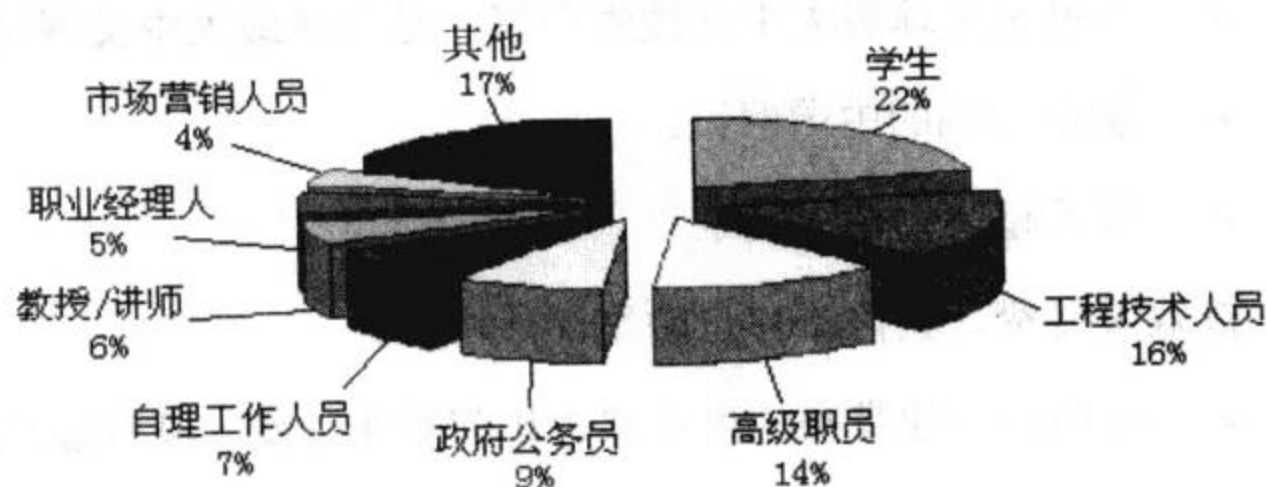


图 6-15

- 推广关键词不限。
  - 企业可以同时免费注册多个关键词，数量不限。
  - 企业的每一种产品和服务都有机会被潜在客户发现。

如一家企业的关键词管理后台如图 6-16 所示。

我的关键字	
<input type="checkbox"/> flower	<input type="checkbox"/> 花店
<input type="checkbox"/> 送花	<input type="checkbox"/> 礼品
<input type="checkbox"/> 网上购物	<input type="checkbox"/> 上海网上购物
<input type="checkbox"/> 广州网上购物	<input type="checkbox"/> 上海鲜花速递

图 6-16

针对中国客户的关键词推广，百度是首先要被考虑的。

## 6.4 搜索引擎优化工具介绍

### 6.4.1 Google PR 值和搜索引擎收录数据查询工具

Google PR 值和搜索引擎收录数据查询工具的网址为 <http://www.seo>

.net.cn/pr/, 界面如图 6-17 所示。

图 6-17

例如, 以 [www.eczn.com](http://www.eczn.com) 为例, 搜索结果如图 6-18 所示。

图 6-18

是不是很方便, 大家不妨试试看。

## 6.4.2 Google 工具条

Google 工具条如图 6-19 所示。



图 6-19

工具条位于 Internet Explorer 的工具条内,可以让你方便地在任何网页上随时使用 Google 的强力搜索,而不需要每次造访 Google 的首页。

Google 工具条最新的是 6.0 版本,功能非常强大,主要特点如下。

- 搜索: 让你在任何网页上随时使用 Google 的查询。
- 站内搜索: 站内查询, 限定搜索范围于你所在的网站内。
- PageRank: 网页级别, 让你知道 Google 对这网页的评价。
- Page Info: 网页资讯, 提供给你更多有关该网页的资讯, 如和该页类似的其他网页中哪些网页有链连到此网页, 或这个网页在 Google 里的存档等。
- 在线翻译: 很有用的功能, 使用户不懂外文也可以浏览世界各国的网站。

Google 工具条的下载地址为 <http://toolbar.google.com/intl/zh-CN>。

### 6.4.3 9959 企业网站系统

9959 企业网站系统是通王科技在 2007 年开发推出的中国首套营销型企业网站系统, 普通的企业利用这套软件可以一个小时建造一个非常优秀的企业网站。目前, 通王科技决定将此系统开源。

系统的特点如下。

## 1. 设计完全符合 SEO

完全从 SEO 的角度设计, 用此系统可以非常容易地使网站在 Google 和百度等搜索引擎获得非常好的排名, 目前已经拥有上百个案例。

- 所有网页 title 和 meta 标签自动设计。
- 所有前台网页都生成 HTML。
- 产品网页是目录结构的 URL 等。
- 自动生成 XML 格式的网站地图。

## 2. 拥有强大营销功能

- 拥有抓潜工具。可以迅速收集大量的潜在客户的联系方式。
- 后台有潜在客户跟踪功能。通过后台直接向潜在客户发送销售信, 可以大幅度提高转化率。
- 整合了 QQ 在线客服功能。只需要在后台添加 qq 号码, 前台自动生成浮动的在线 qq 客服。
- 强大的网络推广功能。通过后台可以直接向各大搜索引擎提交登录。
- 网络营销分析系统。后台直接带网络营销分析系统, 可以对网站每天的营销数据一目了然。

9959 系统过去一直以 3600 元每套的价格对外出售, 已经被上千家企业使用。为了能够支持中国网络营销行业的发展, 降低中小企业网络营销的成本, 通王科技决定将此系统开源, 免费提供给企业使用, 并且努力将此系统打造成为中国最受欢迎的企业网站系统。



9959 系统免费下载地址为 <http://www.9959.net.cn>。

#### 6.4.4 关键词密度分析工具

关键词密度分析工具的下载地址为 <http://www.keyworddensity.com/>，界面如图 6-20 所示。

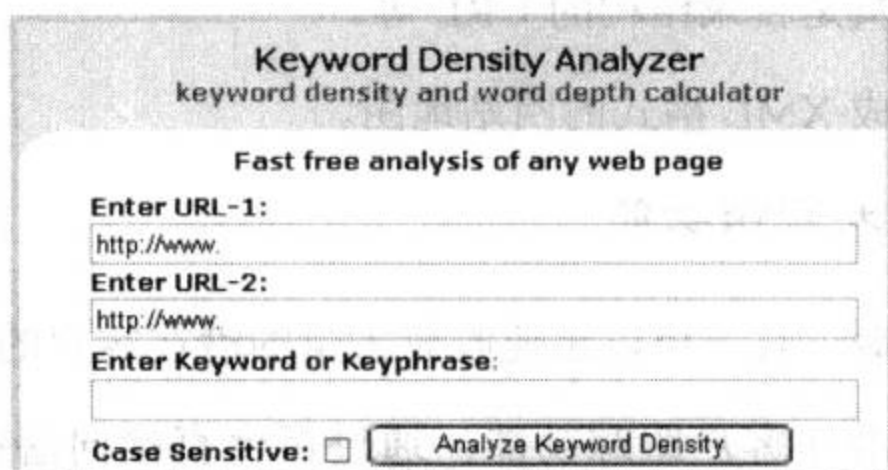


图 6-20

关键词密度分析工具可以同时比较两个页面同一关键字密度，并给出统计的结果，如图 6-21 所示。

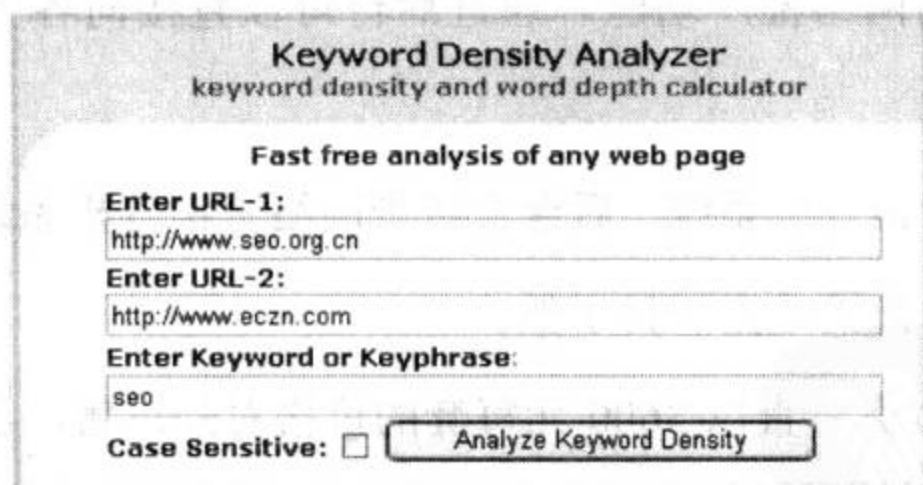


图 6-21

返回结果界面，如图 6-22 所示。

http://www.eczn.com			HTML	http://www.seo.org.cn		
Keywords	Total	%		Keywords	Total	%
0	2	0	Title	1	1	100
0	0	0	Meta_Description	2	2	100
0	0	0	Meta_Keywords	1	1	100
1	195	0.51	Visible_Text	8	494	1.61
0	0	0	Alt_Tags	0	3	0
0	0	0	Comment_Tags	0	5	0
0	1	0	Domain_Name	1	2	50
0	164	0	Image_tags	2	457	0.43
0	22	0	Linked_Text	8	69	11.59
0	0	0	Option_Tags	0	0	0
7	146	4.79	Reference_Tags	1	242	0.41
8	530	1.5	Total	24	1276	1.88

图 6-22

关键词密度分析工具同样可用于中文关键词的分析，是你判断关键词密度的好帮手。

充分地利用好这些辅助分析工具，可以帮助我们对网站优化的效果作出准确的判断，以达到事半功倍的效果。

### 6.4.5 SEO 网店系统

利用 SEO 网店系统软件，不懂技术的人也可以一天做好一个功能强大，符合 SEO 功能的 B2C 网店。

- 全站生成 HTML，浏览速度非常快。
- 完全按照 SEO 来设计，容易获得排名。
- 前台模板可以灵活修改，可设计成任意风格。
- 操作非常简单，不懂技术也可以快速上手。
- 融合了在线客服，联盟推广等强大的网络推广功能。

SEO 网店系统下载地址为 <http://www.9959.com.cn>。

### 6.4.6 网站地图制作软件

设计网站地图是非常重要的工作，一个比较合理的网站地图能够帮助你的网站的大部分网页快速地被搜索引擎收录。

Google 对网站地图文件的格式要求是必须是 XML 格式的，需要由专业工具来制作，目前这个工具是免费的，下载地址为 <http://www.seo.net.cn/sitemap/>。

### 6.4.7 Google Dance 查询工具

Google Dance 查询工具的下载地址为 <http://www.google-dance-tool.com/>，该工具用于查看当前更新。

通过查询关键字查看 Google 各中心返回的查询结果，如果结果一致，则说明 Google 已经完成更新或者还没有开始更新；如果不一致，则说明 Google 正在更新中。

更多相关软件请访问 <http://www.seo.org.cn/down/>。

### 6.4.8 网络营销分析系统

关键词广告已经投放了，但你知道如下一些问题吗？

- 各个搜索引擎每天分别给你带来多少流量？

- 用户使用什么关键词找到你的网站的？
- 这些流量分别来自什么国家和地区？
- 你的哪些推广见效果了，哪些推广没有效果？

如果你还不知道，说明你连自己网站的网络营销状况都不了解。现在，大部分公司和企业的网站因为没有做网络营销分析这步工作，所以他们的网络营销工作开展得都非常盲目，往往花了很多钱做推广，到头来还不知道哪些推广见效果了，如何才能让自己的推广不再盲目？如何正确地开展网络营销分析工作呢？

方法非常简单，安装一套网络营销分析系统就可以解决这个问题。网络营销分析系统安装起来非常简单，直接将程序安装到网站上，每天登录网络营销分析系统就可以对自己网站的营销状况一目了然。

- 通过流量来源分析可以判断你的哪些推广见效果了，哪些推广没有效果。
- 通过浏览者国家地区分布情况，可以了解各是哪些国家和地区的用户浏览过你的网站，并且可以看到详细的比例。
- 通过搜索引擎分析可以清晰地看到各个搜索引擎为你带来的流量的多少和比例。
- 通过关键词分析可以一目了然地看到用户是用什么关键词找到你的网站的，并且还可以清晰地了解各个关键词带来流量的比例。

有了以上的数据后，你就可以根据自己网站的状况做出营销的策略调整，使自己的网站推广更加准确。

网络营销分析系统最适合的公司和企业的网站如下。



- 各类中小型企业网站：用此系统可以让你的网站推广不再盲目，帮你节省许多不必要的网站推广费用，提高网站推广的准确度。
- 各类网络技术服务公司：网络公司可以利用此系统帮自己的客户提供网络营销分析服务。

目前，功能最强大的是 Google 提供的 Google 分析工具。网址为 <https://www.google.com/analytics/home/>。

## 6.4.9 关键词分析工具

Google 关键词分析工具是 AdWords 关键字工具，可用于查询特定关键词的常见查询及扩展匹配，地址为 <https://adwords.google.cn/select/KeywordToolExternal>，界面如图 6-23 所示。

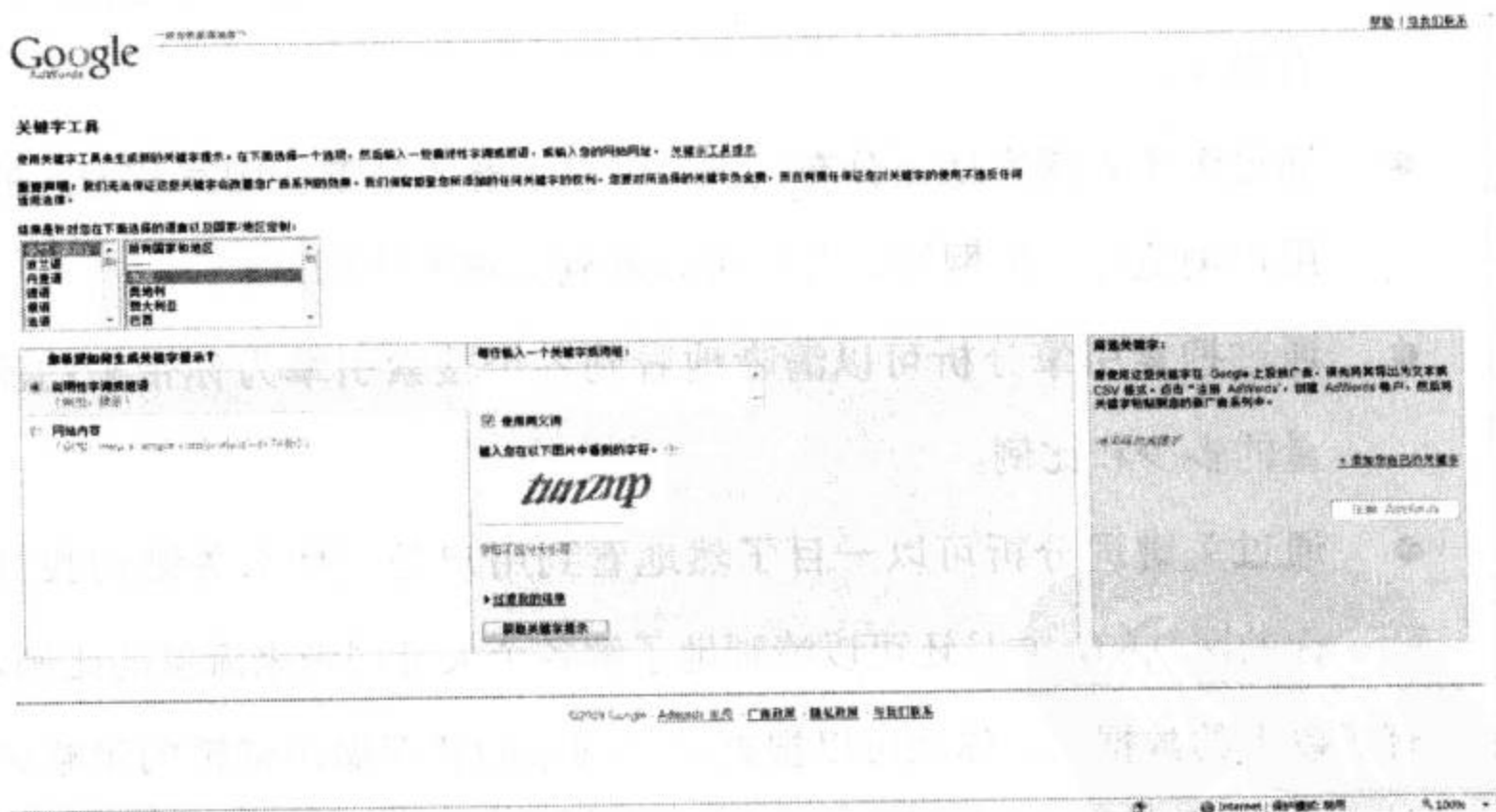


图 6-23

### 6.4.10 百度关键词指数工具

使用百度关键词指数工具可以查询一个关键词每天在百度中搜索量的大小,地址为 <http://index.baidu.com>。使用工具搜索的结果如图 6-24 所示。

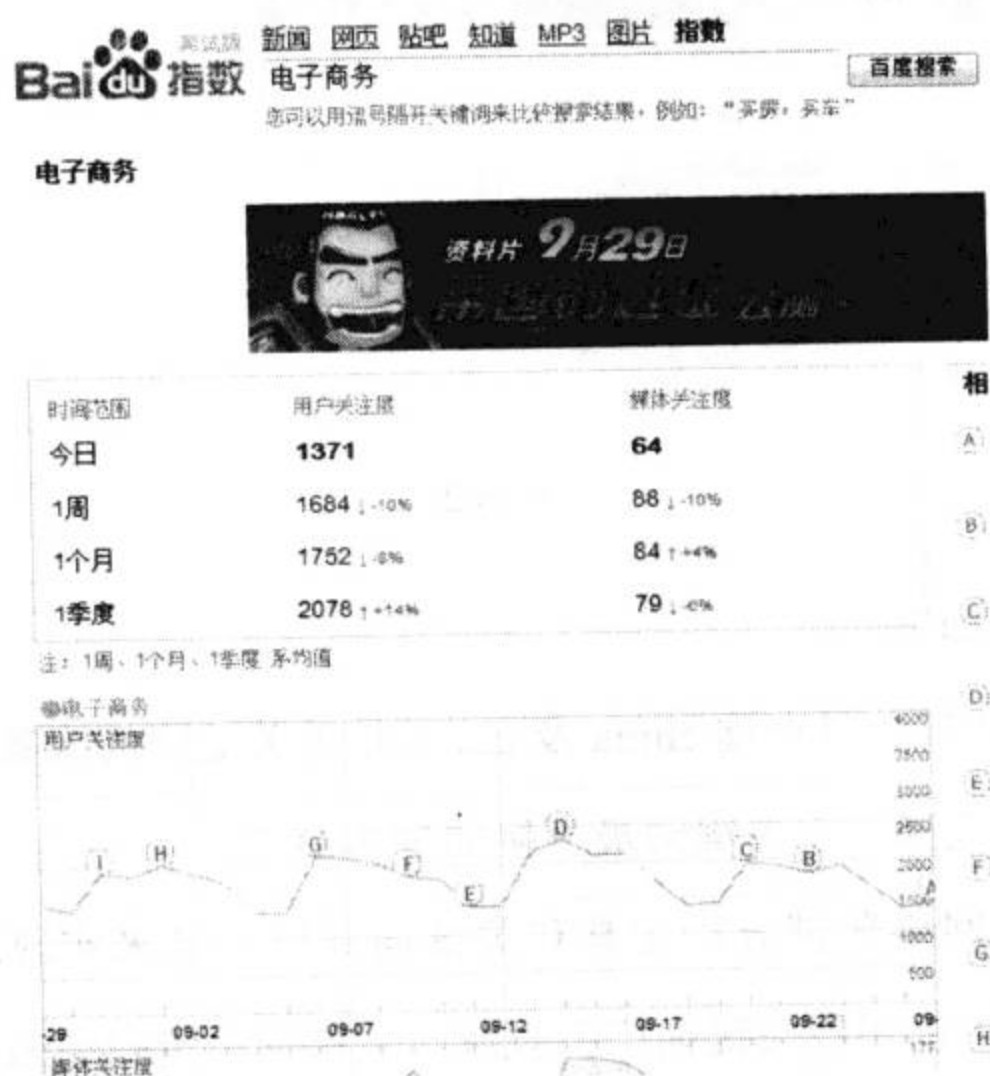


图 6-24

### 6.4.11 英文关键词建议工具

英文关键词建议工具的地址为 <http://freekeywords.wordtracker.com/>, 查询 China 后的界面如图 6-25 所示。

## FREE keyword suggestion tool

Keyword:  
china

Adult Filter:  
Remove offensive

What do I do next with these keywords?

china

33,285 searches (top 100 only)	
Searches	Keyword
5288	china
3801	great wall of china
1674	map of china
1116	ancient china
726	facts about the great wall of china
670	how long did it take to build the great wall of china
561	china censors obama
---	---

图 6-25

部分结果如下：

这是 2009 年 2 月查询 china 及 china 相关关键词的次数的统计结果，这可作为我们选择英文关键词最直接的参考。

通过借助网络营销分析工具和关键词分析工具来实现对关键词广告投放的监控，用以实现关键词广告投放→关键词广告投放效果跟踪分析→关键词优化再投放的良性循环。

### 6.4.12 相关参考网站

相关参考网站如下。

- SEO 社区：<http://www.seo.org.cn>。

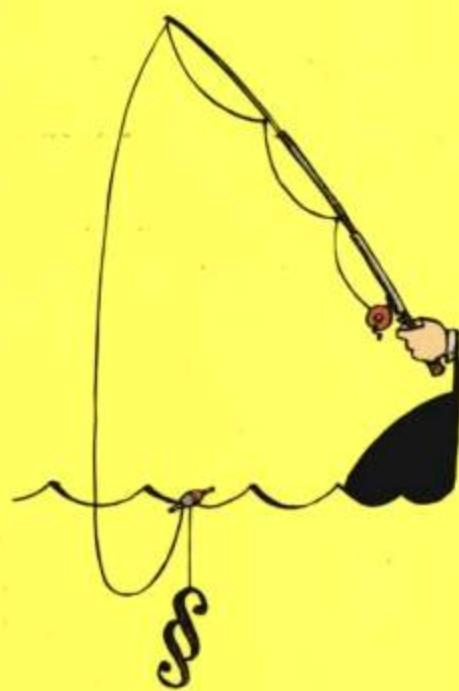
- SEO 培训: <http://www.seo.net.cn>。
- 电子商务指南: <http://www.eczn.com>。
- 王通的博客: <http://www.ufoer.com>。
- 网络营销策划: <http://www.tongwang.cn>。
- 王通的 QQ 号: 226029。



# SEO

## 网络赢利的秘密

每天，全世界的人都在使用搜索引擎查找自己需要的信息，只要您的网页能够排在靠前的位置，他们就能够快速找到您。SEO就是这样一种技术，它通过对自己网站进行优化调整，然后不花一分钱就可以在各大搜索引擎中获得较好的排名，从而为您的网站带来源源不断的流量和客户。这本书教您的就是这种技术，只要您认真学习本书，只需要1个月，您就可以轻松掌握。



上架指导：经济管理

ISBN 978-7-302-22597-3



9 787302 225973 >

定价：29.00元