搜索引擎优化(SEO)从入门到精通

**《搜索引擎优化(SEO)从入门到精通》目录**

[4《搜索引擎优化(SEO)从](#_bookmark10)入门到精通》前言 [5](#_bookmark0)

[第一部分 正确认识搜索引擎优化](#_bookmark0) [5](#_bookmark0)

[成为SEOER应该具有的素质](#_bookmark0) [5](#_bookmark0)

[第二部分 域名对SEO的影响](#_bookmark1) [6](#_bookmark1)

[域名及网站名称](#_bookmark1) [6](#_bookmark1)

[域名及网站名称中的关键词](#_bookmark2) [7](#_bookmark2)

[域名后缀](#_bookmark2) [7](#_bookmark2)

[过期域名](#_bookmark2) [7](#_bookmark2)

[域名注册](#_bookmark3) [8](#_bookmark3)

[二级域名](#_bookmark3) [8](#_bookmark3)

[第三部分 主机对SEO的影响](#_bookmark4) [9](#_bookmark4)

[虚拟主机](#_bookmark4) [9](#_bookmark4)

[服务器托管](#_bookmark5) [10](#_bookmark5)

[虚拟专用服务器(VPS)](#_bookmark6) [11](#_bookmark6)

[国外主机](#_bookmark6) [11](#_bookmark6)

[主机转移](#_bookmark7) [12](#_bookmark7)

[稳定支持](#_bookmark7) [12](#_bookmark7)

[第四部分 搜索引擎优化的核心：关键词策略](#_bookmark7) [12](#_bookmark7)

[关键词选择](#_bookmark7) [12](#_bookmark7)

[关键词密度](#_bookmark8) [15](#_bookmark8)

[关键词分布](#_bookmark9) [16](#_bookmark9)

[第五部分 对搜索引擎友好的网页设计](#_bookmark10) [17](#_bookmark10)

[Title 和 Meta 标签](#_bookmark10) [17](#_bookmark10)

[访问结构](#_bookmark11) [19](#_bookmark11)

[目录和文件命名](#_bookmark11) [19](#_bookmark11)

[动态网页静态化](#_bookmark12) [20](#_bookmark12)

[框架结构](#_bookmark13) [25](#_bookmark13)

[图像优化](#_bookmark13) [25](#_bookmark13)

[FLASH 优化](#_bookmark14) [26](#_bookmark14)

[表格使用](#_bookmark15) [27](#_bookmark15)

[网页减肥](#_bookmark15) [27](#_bookmark15)

[不同位置的网页优化](#_bookmark16) [28](#_bookmark16)

[Robots.txt](#_bookmark17) [29](#_bookmark17)

[网页相似度](#_bookmark18) [33](#_bookmark18)

[404 页面](#_bookmark18) [33](#_bookmark18)

[第六部分 搜索引擎优化的重点：链接策略](#_bookmark19) [35](#_bookmark19)

[导入链接](#_bookmark19) [35](#_bookmark19)

[导出链接](#_bookmark20) [36](#_bookmark20)

[内部链接](#_bookmark21) [37](#_bookmark21)

[关键词链接文本及上下文语意](#_bookmark21) [37](#_bookmark21)

[链接的重要性](#_bookmark22) [38](#_bookmark22)

[第七部分 搜索引擎优化作弊](#_bookmark22) [38](#_bookmark22)

[4SEO 作弊手段](#_bookmark38) [38](#_bookmark22)

[搜索引擎对作弊的处罚](#_bookmark23) [41](#_bookmark23)

[第八部分 Google 搜索引擎](#_bookmark24) [42](#_bookmark24)

[Google PageRank](#_bookmark24) [42](#_bookmark24)

[Google Dance](#_bookmark25) [43](#_bookmark25)

[Google SandBox](#_bookmark26) [44](#_bookmark26)

[Google 网页搜索](#_bookmark27) [45](#_bookmark27)

[Google Adsense](#_bookmark28) [47](#_bookmark28)

[Google Adwords 工具](#_bookmark29) [50](#_bookmark29)

[Google 趋势](#_bookmark29) [50](#_bookmark29)

[Google Sitemap](#_bookmark30) [52](#_bookmark30)

[第九部分 百度搜索引擎](#_bookmark31) [53](#_bookmark31)

[百度网页](#_bookmark31) [53](#_bookmark31)

[百度新闻](#_bookmark32) [55](#_bookmark32)

[百度贴吧、百度知道、百度空间、百度百科](#_bookmark33) [56](#_bookmark33)

[百度图片](#_bookmark34) [58](#_bookmark34)

[百度中文搜索风云榜](#_bookmark34) [58](#_bookmark34)

[百度指数](#_bookmark35) [59](#_bookmark35)

[百度相关搜索](#_bookmark36) [60](#_bookmark36)

[百度竞价](#_bookmark37) [61](#_bookmark37)

[百度的人工干预](#_bookmark37) [61](#_bookmark37)

[第十部分 搜索引擎优化是万能的么？](#_bookmark37) [61](#_bookmark37)

[第十一部分 SEO工具介绍](#_bookmark38) [62](#_bookmark38)

[SeoQuake (FireFox)](#_bookmark38) [62](#_bookmark38)

[SearchStatus (FireFox)](#_bookmark39) [66](#_bookmark39)

[DOM 查看器(FireFox)](#_bookmark40) [67](#_bookmark40)

[地图和全站扫描分析工具 XENU](#_bookmark41) [68](#_bookmark41)

[关键字排名查询工具](#_bookmark42) [70](#_bookmark42)

[注册助手](#_bookmark43) [71](#_bookmark43)

[多么乐站长工具](#_bookmark44) [72](#_bookmark44)

[正则表达式测试工具](#_bookmark45) [73](#_bookmark45)

[登录奇兵](#_bookmark45) [73](#_bookmark45)

[HttpWatch](#_bookmark46) [74](#_bookmark46)

[网站流量统计](#_bookmark47) [75](#_bookmark47)

[使用ZBLog 搭建网站](#_bookmark48) [77](#_bookmark48)

[在线SEO工具](#_bookmark49) [81](#_bookmark49)

[第十二部分 网站SEO具体流程](#_bookmark49) [81](#_bookmark49)

[当前网站状况](#_bookmark49) [81](#_bookmark49)

[网站当前存在的问题及改进意见](#_bookmark50) [82](#_bookmark50)

[第十三部分 搜索引擎优化盈利模式](#_bookmark51) [88](#_bookmark51)

[为别人优化网站](#_bookmark51) [88](#_bookmark51)

[优化网站获得流量获取广告收入](#_bookmark51) [88](#_bookmark51)

[优化网站获得商业客户](#_bookmark52) [89](#_bookmark52)

[第十四部分 搜索引擎优化 (FAQ)](#_bookmark52) [89](#_bookmark52)

[5如何获得域名对应的IP呢？](#_bookmark4) [89](#_bookmark52)

[怎样查自己网站的反向链接？](#_bookmark52) [89](#_bookmark52)

[什么是网站深度链接比值？](#_bookmark53) [90](#_bookmark53)

[搜索引擎爬行的规律是什么呢？](#_bookmark53) [90](#_bookmark53)

[<span style=’ font-weight : bolder;’>关键词</span> 作用是否和<strong>一样呢？](#_bookmark54) [91](#_bookmark54)

[如何判断关键词的优化难度？](#_bookmark54) [91](#_bookmark54)

[如何让搜索引擎收录网站？](#_bookmark54) [91](#_bookmark54)

[如何使用博客进行排名呢？](#_bookmark55) [92](#_bookmark55)

[页面收录减少，如何检查判断？](#_bookmark55) [92](#_bookmark55)

[区别蜘蛛代码（ASP）](#_bookmark55) [92](#_bookmark55)

[如何进行关键词定价？](#_bookmark56) [94](#_bookmark56)

[如何提高关键词密度？](#_bookmark57) [95](#_bookmark57)

[如何降低网页相似度？](#_bookmark57) [95](#_bookmark57)

[什么是Google炸弹](#_bookmark58) [96](#_bookmark58)

[如何提交DMOZ？](#_bookmark59) [97](#_bookmark59)

[哪些词在百度里面是做不上去的呢？](#_bookmark60) [98](#_bookmark60)

[如何进行友情链接？](#_bookmark61) [100](#_bookmark61)

[关于恶意软件警告：“该网站可能含有恶意软件，有可能会危害您的电脑。”](#_bookmark61) [100](#_bookmark61)

[第十五部分 在线资料](#_bookmark62) [102](#_bookmark62)

[搜索引擎发布的官方权威资料](#_bookmark62) [102](#_bookmark62)

[搜索引擎优化论坛、博客](#_bookmark62) [102](#_bookmark62)

[第十六部分 与刘志军一起讨论搜索引擎优化](#_bookmark63) [103](#_bookmark63)

[获取最新教程](#_bookmark63) [103](#_bookmark63)

[QQ群在线答疑](#_bookmark63) [103](#_bookmark63)

[在线视频培训](#_bookmark63) [103](#_bookmark63)

[高性价比试验虚拟主机](#_bookmark63) [103](#_bookmark63)

# 第一部分 正确认识搜索引擎优化

搜索引擎优化(SEO)是网站采用对搜索引擎友好的技术手段，达到网站在搜索引擎中排名靠前及收录数量增加。搜索引擎优化工作贯穿网 站策划、建设、维护全过程的每个细节，值得网站设计、开发和推广的每个参与人员了解其 职责对于 SEO 效果的意义。

优化好的网站，从搜索引擎来的流量将会有很大的提高，不过这仅仅是能带来用户，而真正能够留住用户的是网站的内容。所以搜索引擎优化仅仅辅助手段，在网站建设的过程中仍然要将大部分精力放着网站内容的完善上。

由于优化目的是在搜索引擎上获的好的排名，而搜索引擎不属于我们，排名的影响因素有很多，所以对优化的效果就不可能有 100%的把握，我们能做的是就是在已知的因素上下功夫，做到齐头并进，这样不论搜索引擎算法如何改变，都不会使排名有特别大的波动。

成为 **SEOER** 应该具有的素质

1. 信心

SEO 是网络营销的重要方法，我们将学到 SEO 所需要的各种技术，这些技术都是经过实践考研的。不要因为一时优化没有上去而放弃，要对 SEO 技术和自己的能力有信心。

1. 耐心

做 SEO 是一个长期的繁杂的过程，周期可能是几个月，所以一定要有耐心 ，并坚持做下去。 举个例子：我曾经做了一个垃圾站，提交给百度很久了，就是不见收录，我有点灰心了，就不再

关心这个网站了。过了几个月，偶然想起这个网站，再看看，收录的非常好。

1. 细心

SEO 涉及到网站内外的方方面面，因素很多，在遇到问题的时候，要仔细根据现象将全部的可能都要想到，针对每个进行深入分析，这样才能解决问题。

举个例子：我做的另外一个网站，百度收录了一段时间后就不再收录了，我找了很多地方都没有发现问题，某日在查看网站代码的时候发现，因为一个标记设置的特别小，导致新的数据显示不出来，将这个值改大后，收录又正常了。

1. 虚心

SEO是一个变化很快的技术，你刚刚学到的可能几个月以后就失效了；同时还可能有更多更好的技术出现，所以要经常向同行学习。

# 第二部分 域名对 SEO 的影响

域名是网站的基础，一个好的域名对于网站的意义是不言而喻的。

### 域名及网站名称

域名，是人们进入互联网时对其相应网站的第一印象。如果别人看到您的域名就会联想到这是一个什么样的网站、突出的主题、所在的行业和地区；第一步便是成功的。如果该域名更具有简洁、明了、好记、含义深刻的特点，可以肯定这必是一个好的域名。

好的域名及网站标准：

1. 通过域名就可以想起网站名称，记得网站名称就可以输入域名。

比较好的例子：百度 , 域名就是中文名称的拼音，非常容易记忆，而且输入也非常方便。

比较差的例子： ,域名是英文的组合，我知道这个网站有一年多了，每次都输错，不得不在百度里面查询。

1. 字符不要太长，最好在 6 个以内，这样比较容易记忆。
2. 域名中的字符最好少出现远离键盘中心的字母，比如：z、x 等。这样用户输入起来比较方便。比较好的例子：google www.google.com ，输入快速。

比较差的例子：中搜 www.zhongsou.com ，输入起来比较费劲。

1. 域名中的字符最好少出现多音节的字母，比如：w、x 等。当你向别人介绍你的域名的时候，读起来会很拗口。

### 域名及网站名称中的关键词

域名中的关键词虽然为网站排名加分影响不是很大，但有条件的最好在域名中能够出现关键词。如果是英文，多个关键词之间要使用短横线“-”来分隔，不要使用下划线“\_”。短横线隔开后的关键词组还可以获得更多的词组搜索结果，如 [www.madeinchina.com](http://www.madeinchina.com/) 被认为只有一个词 madeinchina，而 made-in-china 则被看作正常的 made in China 词组。

网站名称中出现关键词对排名影响很大，而且关键词出现的越靠前，作用越大。通常首页的标题就是网站的名称，在进行友情链接时就相当于为你的核心关键词作了外部链接。

### 域名后缀

域名后缀有很多，通常是.com，.com.cn，.cn，.org，.net 等。

有一种观点认为：在同等情况下，代表非商业性网站 的后缀.org 和.net 有着比.com 更高的排名优势；对中文网站来说，表示中国域的.cn 和.com.cn 又比无地区性的.com 有一定优势。

从用户角度来看：用户记住一个域名，通常是主域名，后缀默认的认为是.com，所以不论注册了多少个后缀，一点切记要把.com 后缀注册上，避免流量丢失。

### 过期域名

也许你曾经有这样的困惑，刚刚申请的域名，做好的网站，可搜索引擎就是不收录，这是什么原因呢？这是因为这个域名以前被人使用过，由于作弊被搜索引擎删除，所以放弃续费导致域名过期，结果被你重新注册。

域名过期是指域名到期后仍未续费，注册机构将域名暂停、DNS 也停止解析、网站无法无法访问的状况。具体情况如下：

1. 国际域名到期后仍未办理续费，域名暂停、DNS 停止解析、网站无法访问，对其进行续费后，经过 1-2 个工作日，可恢复解析。
2. 国内域名到期后仍未办理续费，cnnic 会将您的域名暂停、DNS 停止解析，网站无法访问，对其进行续费后，经过 2-3 个工作日，可恢复解析。
3. 域名失效：国际域名到期后，30 天内未办理续费，域名将失效。国内域名到期后，15 天内未办理续费，域名将失效。

利用过期域名进行优化：

过期域名并不都是因为作弊而放弃续费的，里面有很多因为网站的工作人员疏忽或者网站倒闭导致

域名没有及时续费。重新找回丢失的域名将会花费很大成本和精力。所以要及时为自己的域名续费。

某些过期域名具有很高价值：

比如：某网站由于经营不善导致关门，域名自然没有人续费面临过期，而在网站推广的过程中建立的大量的外部链接，在搜索引擎中收录的页面很多，PR 值很高，此域名具有很大的价值，如果此域名业务和你的业务相同，那你在搜索引擎推广方面已经事半功倍了。

如果不小心注册了被搜索引擎屏蔽的域名请参见：[搜索引擎对作弊的处罚](#_bookmark23)中重新申请加入的内容。过期域名查询工具：

### 二级域名

二级域名形式如：yourname.site.com，而不是 [www.yourname.com](http://www.yourname.com/)。拥有自己的独立域名是网站对搜索引擎友好的基础。目前有很多网站提供免费空间，如博客（Blog）免费空间, 企 业免费空间, 免费自助建站，电子商务平台等，通常为用户分配一个二级域名，或页面存放 于网站的某一路径下。

使用别人主域名的二级域名的弊端：

解释：主域名是别人的，而二级域名是你自己的。

* 1. 如果你所使用二级域名的主域名受到惩罚，那么你的网站也会受到牵连；
	2. 网站流量排名的时候，你所有的流量都会归功于所依托的顶级域名。

如何规避这些风险呢？

最好为自己的二级域名网站注册一个独立域名，然后做域名转发，对顾客访问和网站管理很有用。即使有一天你的二级域名的主站停止营业了，你还可以再做一个相同的网站，因为你的独立域名没有变，老用户仍然可以找到你。

使用别人主域名的二级域名的优势：

1. 可以借助主域名的资源，使排名快速提升。
2. 和搜索引擎是一家人，更容易获得认可。

使用自己的主域名，发展二级域名的优势：

1. 网站流量排名的时候，所有的流量都会归功于所依托的顶级域名。

搜索引擎收录时，二级域名算独立的网站，可以扩大收录页面的数量。

这就是说，只要不作弊，一个二级或三级域名至少能够收录一页，发展上万个二级域名，使收录的数量大量增加。

# 第三部分 主机对 SEO 的影响

### 虚拟主机

现在许多小型企业网站都采用虚拟主机的方式。虚拟主机是使用特殊的软件技术，把一台网站服务器划分为若干个“虚拟”的主机。每个虚拟主机都可以是一个独立的网站，可以具有独立的域名，具有完整的 Internet 服务器功能（WWW、FTP、Email 等），同一台主机上的虚拟主机之间是完全独立的。从网站访问者来看，每一台虚拟主机和一台独立的主机（采用服务器托管、专线上网等方式建立的服务器）完全一样。

用虚拟主机建设网站具有下列特点：

* 1. 相对于购买独立服务器，网站建设的费用大大降低，为普及中小型网站提供了极大便利；
	2. 网站服务器服务器管理简单，诸如软件配置、防病毒、防攻击等安全措施都由专业服务商提供，大大简化了服务器管理的复杂性；
	3. 网站建设效率提高，自己购买服务器到安装操作系统和应用软件需要较长的时间，而租用虚拟主机通常只需要几分钟的时间就可以开通，因为现在主要的服务商都已经实现了整个业务流程的电子商务化，选择适合自己需要的虚拟主机，在线付款之后马上就可以开通了。

以上是虚拟主机的优点，当然虚拟主机也有一定的适用范围，有些方面也存在缺点，比如：

1. 某些功能受到服务商的限制，比如可能耗用系统资源的论坛程序、流量统计功能等； 在网站静态化时，通常不能使用 IIS\_Rewrite 动态库，只能使用 404 错误转发处理，使工作量增加。
2. 网站设计需要考虑服务商提供的功能支持，比如数据库类型、操作系统等；
3. 某些虚拟主机网站访问速度过慢，这可能是由于主机提供商将一台主机出租给数量众多的网站，或者服务器配置等方面的原因所造成的，这种状况网站自己无法解决，对于网站的正常访问会产生不利影响；另外如果该主机上有被搜索引擎惩罚的网站，将对你网站的排名带来潜在风险。
4. 有些服务商对网站流量有一定限制，这样当网站访问量较大时将无法正常访问。

### 服务器托管

服务器托管是指为了提高网站的访问速度，将您的服务器及相关设备托管到具有完善机房设施、高品质网络环境、丰富带宽资源和运营经验以及可对用户的网络和设备进行实时监控的网络数据中心

内，以此使系统达到安全、可靠、稳定、高效运行的目的。托管的服务器由客户自己进行维护，或者由其它的授权人进行远程维护。

数据中心可以为客户的关键服务器提供机柜及带宽出租服务，使服务器可维持每星期七日、全日二十四小时无休止服务。当您有意建设自己的 Web、Email、Ftp 服务器，而您的网站的应用很复杂或您网站的访问率很高时,您可以选择自已购买服务器,进行整机托管。

托管的服务器在 SEO 优化过程中将更灵活，体现在以下方面：

1. 可以自由选择网站静态化策略。
2. 可以查看 IIS 服务详细日志。
3. 有利于搜索引擎更快的抓取页面。

影响主机的其他因素：

比如做一些高风险的关键词，比如：六合彩，在国内是禁止的。但在香港是合法的， 如果在国内做这样的关键词，很可能被封 IP，这个时候就需要使用香港的服务器主机了。

但如果做的关键词是国家严格禁止的，比如法轮功等，无论网站在何地，都将被屏蔽。

虚拟专用服务器**(VPS)**

虚拟专用服务器是利用 VPS（Virtual Private Server）技术，将一部服务器分割成多个虚拟专享服务器的优质服务。每个 VPS 都可分配独立公网 IP 地址、独立操作系统 Windows/Linux、独立超大空间、独立内存、独立 CPU 资源、独立执行程序和独立系统配置等。用户除了可以分配多个虚拟主机及无限企业邮箱外，更拥有独立服务器功能，可自行安装程序，自主重启服务器。

**VPS** 在 **SEO** 优点：

同托管服务器类似，同样灵活。

**VPS** 的缺点：

1. 虚拟内存受限制，当内存占用稍大，就会出现 http 1.1 和错误。
2. 需要客户对服务器系统安装配置等等都非常熟悉，否则容易引起软件故障。

### 国外主机

对做海外业务的公司建议选择国外主机，有下列好处：

* 1. 国外的网络速度比国内的要快很多，将使你的网站能够更快的展现给用户，提高用户的体验度。
	2. Google 对国外的网站有比较高的权重。国外很多机构的网站 PR 在 7 以上，而国内流量很大的新浪、百度 PR 才 7。
	3. 国内很多服务器(虚拟主机)供应商对垃圾邮件发送者管理不严，国内 ip 地址又极度缺乏。 因为你的邮件和网站放置的空间上是多用户（虚拟主机）共享一个 ip 地址。 其它人滥发垃圾邮件，造成国外反垃圾邮件组织和国外提供虚拟主机商对这一 ip 地址屏蔽。影响了你正常的 E-Mail 通讯。而国外的服务器对此管理相对较严格，能够保证你正常的 E-mail 通信。
	4. 国外对某些行业政策比较宽松。

### 主机转移

如果你想转移网站的主机服务，要在取消原来的服务提供商之前，先找好新的供应商。先在新的服务商处开个帐号，确保所有的文件都正确无误地传到新服务器上。网站在新服务器上运行无碍后再联系你的原供应商，告知对方将终止合作，但确保他们不会马上关你的网站。再联系你的域名注册商（可能是原主机提供商），变更域名服务器(DNS)。域名服务器的功能就是把你的域名解析成计算机能够识别的 IP 地址。把旧的域名服务器改成新的，这个过程到生效时间大概 24-48 小时之内，少数情况下可能要 72 小时。这期间，如果一个搜索引擎刚好来抓你的网页，要么抓到旧的 IP 地址上的网站，要么抓到新的域名解析生效后的网站，总之都不会出现网站打不开的空档。

### 稳定支持

无论选择何种服务器，都一定要保证服务器能够稳定运行。

如果网站在几天内都打不开将严重影响到关键词排名，甚至可能被搜索引擎认为该网站已经不存在而从索引库中删除。

# 第四部分 搜索引擎优化的核心：关键词策略

用户是通过关键词找到你的网站的，同时网站优化过程中也是围绕关键词进行的，所以说搜索引擎优化的核心就是关键词。

### 关键词选择

通过以下方法选择关键字：

1. 如果是做大众化的网站，可以参考搜索引擎的搜索风云榜。
2. http://top.baidu.com/ 百度搜索风云榜 http://cn.buzz.yahoo.com/bd\_index\_top.html 雅虎风向标 http://www.google.cn/rebang/home 谷歌热榜 http://www.sogou.com/top/ 搜狗指数
3. 对于专业类的网站 可以向你的客户咨询，了解他们的需求。因为他们是从普通用户的角度来了解你的产品，他们搜索用的关键词通常和你想像的完全不一样。比如：我最近做的一个网站，是关于“野山参”的，而用户对这个名称是很陌生的，他们通常使用“人参”来搜索的，所以后来我就把网站的核心关键词修改成“人参”了。
4. 查看日志，通过日志你可以发现，有些词你没有做过，但用户搜索过来了，这个时候就要加强这个关键词的优化。

1. 将关键词扩展成一系列词组，如：人参→长白山人参→长白山人参价格。其他参见：[百度相关搜索](#_bookmark36)、[Google Adwords 工具](#_bookmark29)、[Google 网页搜索。](#_bookmark27)
2. 将关键词进行多重排列组合

组合的方式有：同义词、拼错词、拼音、位置颠倒、增加辅助词等。实例：

seo 什么意思->什么是 seo ： 对关键词进行解释，符合人们的搜索习惯。

1. 不要使用通用词。

如果你是做软件下载的，那“软件下载”是你的核心关键词，而“软件”是个非常通用的词汇，用户在搜索下载网站时，也不会仅仅使用“软件”这一个关键词来搜索的，通常是多个词组合在一起。

1. 使用地理位置

例如：搜索 网站建设， 找到相关网页约 29,400,000 篇，而且前 10 个全是竞价；而搜索 深圳网站建设 找到相关网页约 4,940,000 篇，有 9 个竞价。 这样不仅可以降低排名的难度，而且更容易找到真正的客户。

在使用地理位置时要从客户的角度考虑。

比如 邮箱 ，这里面就没有“北京邮箱”这个词，所以地理位置对它来说没有任何意义。

总结一下：有些需要面对面谈的业务，比如网站建设 SEO 等等，都有地区之分。而纯粹是网上的业务，比如 邮箱、论坛等等这些是没有地区分别的。

1. 确定关键词搜索量。

关键词选择好了，还要看看有没有人搜索，每天的搜索量多少，否则即使排名做上去了，也获得不了流量的。

参见以下：[百度指数](#_bookmark35)

1. 长尾关键词的选择

专业关键词搜索量少，竞争也少，往往容易做上去。

1. 关键词的时间效应：

通常热门关键词热度过了后，流量就掉的很厉害，是不是这个时候就可以删除这个关键词呢？不是，我举个例子：我 2006 年做了一个关键词，七夕短信，当时流量不是很多，等 2007 年七夕的那几天，这个关键词每天给我带来上千的流量。对于有时间范围的关键词，比如：春节时期的火车票，七夕短信需要提前做，并长年维护，才能保证在该时间范围内排名靠前。

1. 查看你的竞争对手网站选择的关键词。

在搜索引擎中搜索你竞争对手做的比较好的网站，将他们的网页都浏览一遍，看看他们选择了哪些关键词，可以给你一些提示。

1. 有些词是从百度的相关搜索中过来的，而非用户搜索的关键词。

正因为相关搜索有此效应，一些人会通过作弊的方式将一些关键词做到百度相关搜索里，然后获得真实的搜索量。

1. 查询关键词的竞争对手。

在最终确定一个关键词后，还要看有没有竞争对手，竞争对手少的词更容易做上去。

最好的关键词是那些没有被广泛滥用而又很多人搜索的词。

1. 自己创建新的关键词。

当主营业务的关键词竞争特别激烈的时候，可以尝试创建新的关键词，用此关键词来描述产品，开创属于适合自己的蓝海。不过此方法需要对新的关键词进行大规模的宣传，成本过高。

1. 所有的词都可以做上去么？

回答是否定的，哪些词做不上去呢？参见：[哪些词在百度里面是做不上去的呢？](#_bookmark60)选择词时尽可能避开这些词。

### 关键词密度

在确定了自己的关键字之后，需要在网页文本中适当出现这些关键字。

控制关键词数量：

一页中的关键词最好只有一个，然后所有内容都围绕这个关键词展开 ，才能保证关键词密度合理。如果确实有大量关键词需要优化， 可以分散写在其它页面并有针对性的优化。最典型的情况是拥有不同的产品和服务的情况下，对每个产品进行单网页优化，而不是罗列在一个首页上。

关键字密度 **(Keyword Density)**：

就是在一个页面中，关键词的数量占所有该页面中总的词数量的百分比，该指标对搜索引擎的优化起到重要作用。关键字密度一般在 3% 到 5% 较为合适，超过这一标准就有过高或过低之嫌。

计算方法：

例如：珠穆朗玛峰 高度

公式：关键词数量/总词数量=关键词密度 “珠穆朗玛峰” 关键词密度是 50%

“高度” 关键词密度是 50%

以下按字数计算是错误的： “珠穆朗玛峰” 关键词密度是 5/7 -> 71% “高度” 关键词密度是 2/7 -> 29%

参见：[如何提高关键词密度？](#_bookmark57)

### 关键词分布

1. 网页代码中的 **Title**，**META** 标签（关键字 **keywords** 和描述 **description**）例如：

<title>服务器报价|服务器报价</title>

<meta name="keywords" content="服务器报价|服务器报价">

<meta name="description" content="销售全系列服务器，提供优惠的价格。本页提供全系列服务器报价。">

1. 正文内容必须适当出现关键词

正文内容必须适当出现关键词，并且“有所侧重”，意指用户阅读习惯形成的阅读优先位置 ——

从上到下，从左至右——成为关键词重点分布位置，包括：页面靠顶部、左侧、标题、 正文前

200 字以内。在这些地方出现关键词对排名更有帮助。如我的 SEO 培训网站 将网站的描述放在网站的最上面，这样做的好处是让用户和蜘蛛都以最快速度了解该网站内容，并且以蜘蛛重视的<h1>黑体显示，对其排名作用很大。代码显示如下：

<h1 id="BlogTitle"><a href[="http://www.seo007.cn/"](http://www.seo007.cn/)><h1>SEO 培训</h1></a></h1>

<h2 id="BlogSubTitle"><br><br>提供 SEO 培训、SEO 教程、网站分析等服务</h2>

1. 超链接文本（锚文本）例如：www.bailuze.com

<a [href="https://www.bailuze.com](http://www.seo165.com/)" id=nlinkmenu1 title="搜索引擎优化,seo"><font color="#000000">

搜索引擎优化</font></a>

1. **Header**、**Strong**、**B** 等标签

即正文标题<H1><H1/>中的文字。搜索引擎比较重视标题行中的文字。用<b></b>加粗的文字 往往也是关键词出现的地方。

其他标签：h2-h5 ,strong

对于英文关键词来说，大写的关键词权重大于小写的关键词。

其他标签参见：[<span style=’ font-weight : bolder;’>关键词</span> 作用是否和<strong>一样呢？](#_bookmark54)

1. 图片 **Alt** 属性

搜索引擎不能抓取图片，因此网页制作时在图片属性 Alt 中加入关键字是对搜索引擎友好的，它会认为该图片内容与你的关键字一致，从而有利于排名。

<img align="center" src="seo.jpg" alt="seo">

1. 域名及路径、文件名

英文网页内容的网站在进行域名选择和网页文件夹命名时，也可以考虑包含关键字（对关键 词组则要用短横线隔开），如 [www.made-in-china.com](http://www.made-in-china.com/)。不过对 Google 排名作用非常微小。

1. 文件注释中

页面代码中经常会有关于页面内容的注释。例如<!—seo图片 -->

# 第五部分 对搜索引擎友好的网页设计

**Title** 和 **Meta** 标签

标题（**Title**）：

网页优化可以说是从 Title 开始的。在搜索结果中，每个抓取内容的第一行显示的文字就是该页的 Title，同样在浏览器中打开一个页面，地址栏上方显示的也是该页的 Title。因此， Title 可谓一个页面的核心。对 Title 的书写要注意以下问题：

1、title 简短精炼，高度概括，含有关键词，而不是只有一个网站名称。但关键词不宜过多，不要超过 3 个词组。

2、前 7 个字对搜索引擎最重要，因此关键词位置尽量靠前，总字数不超过 30 个汉字。

例如：Google 手机搜索，可以看到排在前面的几个都是大公司手机频道， 手机这个词是排在最前面的。

**Meta** 属性 关键词**(Keywords)**：

Keywords 提示搜索引擎：本网站内容围绕这些词汇展开。

因此 keywords 书写的关键是每个词都能在内容中找到相应的匹配才有利于排名。例如：网易 手机频道，关键词是 “手机,手机报价,诺基亚 ”。

不过最近搜索引擎对 Keywords 属性的权重降低，不如原来那么重要了。

#### 描述(Description)：

描述部分用简短的句子告诉搜索引擎和访问者关于本网页的主要内容。用该网站的核心关键词搜索后得到的搜索结果中，描述往往显示为标题后的几行描述文字。Description 一般被认为重要性在 title 和 keywords 之后。描述的书写要注意以下问题：

1. 描述中出现关键词，与正文内容相关，这部分内容是给人看的，所以要写的很详细，让人感兴趣，吸引用户点击。
2. 同样遵循简短原则，字符数含空格在内不要超过 120 个汉字。
3. 补充在 title 和 keywords 中未能充分表述的说明 。

另外百度对页面最开始的内容比较感兴趣，通常以这部分内容作为显示结果。

其它 **Meta** 标签：

为了限制搜索引擎对内容的抓取，可以采用以下几个 Robots Meta 标签：

＜meta name="Robots" content="all|none|index|noindex|follow|nofollow|noarchive"＞其中：all：文件将被检索，且页面上的链接可以被查询；

none：文件将不被检索，且页面上的链接不可以被查询； index：文件将被检索；

follow：页面上的链接可以被查询；

noindex：文件将不被检索，但页面上的链接可以被查询； nofollow：文件被检索，页面上的链接不被查询。 noarchive：文件不被缓存

这些值是可以组合在一起使用。

说道这里，不得不提一下 Google 另外的一个属性 rel="nofollow"。使用方法：

<a rel="nofollow" h[ref="URL链接](http://www.1234567.com/)" > 关键词 </a>

作用呢：就是告诉搜索引擎这个链接不是经过作者自己编辑的，所以这个链接不是一个可信任的链接。 搜索引擎看到这个标签就可能减少或完全取消链接的投票权重。

但并不是所有的搜索引擎都支持 meta 中的 robots 标签。

### 访问结构

访问结构即通过几层能够访问到最终页面，Google 最好为三层，百度不限。较好的例子：

以 www.bailuze.com为例。www.bailuze.com首页为第一层，百度优化为第二层， 百度如何优化为第三层。

这样的结果便于搜索引擎索引。百度如何优化 这个页面在 百度和 google 里面都有收录。

二级域名访问结构：

由于三层的目录，容纳的页面有限，需要多级目录。

这个时候使用前面我们讲过的 [二级域名](#_bookmark3)方式扩大级数。因为二级域名算独立网站，目录层次从当前二级域名算起。

外部访问结构：

有的网页在本网站层数很多，但也被 Google 收录，这是因为这些网页在被其他网站引用，而 Google

从其他页面进入这个页面。可以使用 link 命令查询该页的反相链接。

### 目录和文件命名

目录和文件名称中的关键词

目录名称和文件名称中可以使用到关键词。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“中国制造”作文件名，就可能出现以下三种分隔形式：

made-in-china.htm made\_in\_china.htm made%20in%20china.htm

连在一起之后，关键词就失去了意义。但事实上，至少在目前 Google 并不认同“\_”为分隔符。对 Google 来说， made-in-china 和 made%20in%20china 都等于 made in china，但 made\_in\_china 就被读成了 madeinchina，

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。

**URL** 应该越短越好

有人为了单纯增加关键字而额外建多一个带有关键字的子目录，改变目 录结构。由于 URL 中含有关键字本身对排名提高帮助并不大，因而这种做法多此一举，也是搜索引擎反感的。

不好的例子：

要做英文关键词 computer，这样的目录 [域名/computer/computer/computer.html](http://www.ibm.com/computer/computer/computer.html) 是错误的。

好的例子：

<http://www.ibm.com/computer/> 该目录在根目录下的第一级，权重相对第二级较大。

### 动态网页静态化

虽然大多数搜索引擎的蜘蛛程序现在基本都可以解读符号“?”后的字符，但搜索引擎更喜欢静态文件，所以要对动态网页静态化。

在介绍静态化之前，介绍一些常用的正则表达式：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 符号 | 匹配字符 | 示例 |
| \d | 任何十进制数字 | 等价于[0-9] |
| \D | 任何非数字 | 等价于[^0-9] |
| \s | 任何空白字符 | 空格、制表符、分页符 |
| \S | 任何非空白字符 | 等价于“[^\f\n\r\t\v]” |
| \w | 任何单词字符 | 等价于“[A-Za-z0-9\_]” |
| \W | 任何非单词字符 | 等价于“[^A-Za-z0-9\_]” |
| \n | 回车换行 |  |
| . | 除 \n 以外的任何字符 | (.)+ 匹配除换行符以外的所有字符串 |
| ? | ０个或１个前面的字符 | ab?c? 可以且只能匹配“abc”、“abbc”、“abcc”和“abbcc” |
| \* | 零个或多个所有的字符 | ab\* 可以匹配“ab”、“abb”、“abbb” |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| + | 一个或多个所有字符 | ab+ 可以匹配“abb”、“abbb”等，但不匹配“ab” |  |
| {n} | n表示数量 如果是2，表示2个字符 | a{2} 可以匹配“aa“，但不匹配“a” |
| {n,n} | 从几个字符开始到几个字符结束，如果不写，表示至少或者至多 | a{3,} 匹配“aaa”、“aaaa”等，但不匹配“a”和“aa”。 |
| x|y | 匹配“x”或“y” | “ab(c|x)yz”匹配 “abcyz”和“abxyz” |
| \? \. \\* \+ | ? . \* + |  |

静态化后文件格式

链接静态化后可以是 html 文件，也可以是目录，通常目录的权重大于文件的权重，可以在搜索引擎中获得更好的排名。

### 框架结构

框架结构，即帧结构（Frame），包括IFrame,Frame。

<frameset rows="97,\*" cols="\*" frameborder="yes" border="0" framespacing="0">

<frame src="top.html" name="topFrame" frameborder="no" scrolling="No" noresize="noresize" id="topFrame" title="topFrame" />

<frameset rows="\*" cols="164,\*" framespacing="0" frameborder="no" border="0">

<frame src="search\_left/cat20.html?&catid=20&redirect=n" name="left" frameborder="no" scrolling="yes" id="left" title="leftFrame" />

<frame src="CPU/cat20\_list\_1.html" name="main" id="main" scrolling="yes"

title="main">

</frameset>

</frameset>

<noframes>

在这里进行优化！

增加链接 <a href=” 域名/CPU/cat20\_list\_1.html” title=” CPU报价”> CPU报价</a>

</noframes>

框架型网站的优越性体现在页面的整体一致性和更新方便上。尤其对于那些大型网站而言， 框架结构的使用可以使网站的维护变得相对容易。但框架对搜索引擎来说是一个很大的问题，这是由于大多数搜索引擎都无法识别框架，也没有什么兴趣去抓取框架中的内容。此外， 某些浏览器也不支持框架页面。

如果网页已经使用了框架，或出于某种原因一定要使用框架结构，则必须在代码中使用 “Noframes”标签进行优化，把 Noframe 标签看做是一个普通文本内容的主页。在 <Noframe></Noframe>区域中包含指向 frame 页的链接以及带有关键词的描述文本，同时在框架以外的区域(title,meta)也出现关键词文本。这样，搜索引擎才能够正确索引到框架内的信息。

还有一个办法是采用 iframe 即内联框架（Inner Frame）技术来避免 Frame 带来的不便。所谓 iframe 也是框架的一种形式，它是相当于在主浏览器窗口中内嵌一个子窗口，内容自动 打开。iframe 可以嵌在网页中的任意部分，也可以随意定义其大小，其代码显示为：

实例：<iframe src=xx width=x height=x scrolling=xx frameborder=x></iframe>

对搜索引擎来说，iframe 中的文字是可见的，也可以跟踪到其中链接指向的页面，不过与用户所见不同的是，搜索引擎将 iframe 内容看成单独的一个页面内容，与被内嵌的页面无关。

### 图像优化

一般而言，搜索引擎只识读文本内容，对图片文件是视而不见的。同时，图像文件直接延缓页面加载时间，如果超过 20 秒网站还不能加载，用户极有可能离开你的网站。因此， 除非你的网站内容是图片为主，比如图片站点或者图片至关重要，否则尽量避免使用大图片， 更不要采用纯图像制作

网页(SPLASH PAGE)。

网站图片优化的有以下几点：

1. 在保持图像质量的情况下尽量压缩图像的文件大小。
2. Alt 属性：

每个图像<IMG>标签中都有 ALT 属性，搜索引擎会读取该属性以了解图像的信息。因此，最好在所有插图的 ALT 属性中都有文字描述，并带上该页关键字在其中。

比较好的例子：

<img align="center" src="seo.jpg" alt="seo图片" >

1. 在图片上方或下方加上包含关键词的描述文本；
2. 使用链接链接到这个图片。

例如：Google 图片搜索 seo排名第一。

Google的图像搜索(Googlebot-Image)和Google的文本搜索(Googlebot)不是同一个蜘蛛。

**FLASH** 优化

Flash 会使页面很好看，不过 FLASH 网页有一个非常致命的问题，即大部分搜索引擎无法识别

FLASH 中的信息

FLASH 优化可以从以下三个方面来考虑：

1、做一个辅助 HTML 版本：

保留原有 FLASH 版本的同时，还可以设计一个 HTML 格式的版本，这样既可以保持动态美观 效果，也可以让搜索引擎通过 HTML 版本的网页来发现网站。

2、将 Flash 内嵌 HTML 文件：

还可以通过改变网页结构进行弥补，即不要将整个网页都设计成 Flash 动画，而是将 Flash内容嵌入到 HTML 文件中，这样对于用户浏览并不会削弱视觉效果，搜索引擎也可以从 HTML 代码中发现一些必要的信息，尤其是进入内容页面的链接。

### 表格使用

表格是网页最重要的排版方式。

1. 如果某个网页采用了大段的长篇文本，除了可以将一页文本分成多面，还可以考虑将文本置入不同表格中，这样不仅管理方便，也使得该页加载时每个 表格内容依次加载，这样访问者就可以一边看已下载内容一边等待剩余部分加载，而不是等 待很久之后才一齐加载出来。
2. 表格之内套嵌太多表格也不利于页面加载，因浏览器是先加载完大表格之后再加载内嵌的小表格，因此内嵌表格会最终降低整页加载速度。
3. 尽量采用XHTML标准，使用DIV代替表格。

具体方法是采用CSS里面的 FLOAT 属性，position 属性等定位使用FLOAT 属性的例子。

使用position 属性等定位。

### 网页减肥

代码设置不妥不仅延长网页加载时间，也严重影响蜘蛛程序对网页内容的抓取。通过对网页代码进行清减去掉臃肿杂乱的代码，减小网页文件大小，能够加快网页加载速度，让蜘蛛快速索引到重要内容。整个网页最好不要超过 30K，文字内容最好 5K-10K 之间，Google 只对内容的前 5000 个字进行索引。

网页减肥重点涉及以下几个要点：

1. **CSS** 样式

网页制作应通过 CSS（层叠样式表单）来统一定制字体风格。 例如：

<b style="color:red;font-size:16px;">测试</b>

<div id="divmain" style="font-size:12px;">DIV</b>

<div style="color:red;"> 红色 <b style="color:green;">绿色</b> </div>

<style type="text/css">

b { color:red;font-size:16px; } /\*通用对象\*/ #divmain {font-size:12px;} /\* ID 对象 \*/

.red {color:red;}/\* 定制类别 \*/

.red b {color:green;}/\* 定制类别下的 通用对象\*/

</style>

<b>测试</b>

<div id="divmain">DIV</b>

<div class="red"> 红色 <b>绿色</b> </div>

CSS 减肥示例文件 把文字的字体、字号、颜色、背景色等统一起来，不用对每段文字单独进行格式定义，从而减少大量重复性标签。注意把所有 css 文件单独存放在命名为 css 的外 部文件中。

语法： <link rel="stylesheet" type="text/css" href="/common/client.css">

作用的优先级：自身的style属性 > 页面的内部style对象 > 页面外部css文件。

#### JavaScript：

* 1. 简化js中的函数名称和变量。

例如：Google，里面的函数名称只有 1 个或者 2 个字符。

* 1. 将网页的公共部分转换为脚本并存于 js 文件里。这样可以减少文件大小，加快下载速度，同时也方便管理。不过不能将导航等等优化的关键代码转换成 js，否则搜索引擎搜索不到。转换方式：

原来：<h1>seo</h1>

脚本：document.write(“<h1>seo</h1>”);

例如： 源代码，将标题、导航等等都放着js文件里，将导航放在js里面就不太好了。

1. 使用 **base** 标签：

Base 标签是一个全集控制的标签。比如：

<A [HREF="域名/code/1.htm](http://www.supercss.com/code/1.htm) " target=”\_blank”>代码一</A>

<A [HREF="域名/code/2.htm](http://www.supercss.com/code/2.htm) " target=”\_blank”>代码一</A>

其中 域名 和 target=”\_blank”: 多次重复，增加无用的代码。修改为：

<head>

<base href=”[域名/](http://www.supercss.com/)” target=”\_blank”>

</head>

<body>

<a href=”/code/1.htm”>代码一</a>

<a href=”/code/2.htm”>代码二</a>

</body>

1. 慎用网页减肥工具

通常的网页减肥工具，对 htm 减肥具有一定的破坏性，常常为了减肥将标签的 后半个标签删除，造成网页的不完整。

处理前：<table><tr><td>第一行</td></tr><tr><td>第二行</td></tr></table>处理后：<table><tr><td>第一行<tr><td>第二行</table>

处理后 </td></tr> 被去掉了，使页面不完整。

1. 删除空格和回车

如果要更加苛刻的减肥，那最后一步就是删除空格了，还可以使文件大小下降很多。不过删除空格后的页面由于没有阶梯排列，将很难读懂。

例子：百度首页的代码就非常紧凑。

### 不同位置的网页优化

网站首页优化：

1. 关键词选择

首页的关键词应该选择核心关键词。通常这些词优化难度比较大，需要大量的外部链接。交换链接的时候以网站名称或者核心关键词命名链接。参见：[域名及网站名称中的关键词](#_bookmark2)

例如：在搜索引擎优化行业，首页的关键词应该是 SEO。

1. 网页链接

首页大部分都是链接，最新的链接要放在网页的前面，便于搜索引擎收录。

1. 更新频率

蜘蛛第一个来到的页面就是首页，首页一定要经常更新，蜘蛛就会来的比较频繁，链接的页面将会更快被收录。

栏目页优化：

1. 关键词选择

栏目页的关键词，相对首页，可以选择次一些的关键词，以核心“SEO”为例，栏目也可以是“SEO培训”，“SEO 教程”等。

1. 内部链接

栏目页一定要链接到首页，为首页建立内部链接。同时和其他栏目页也要相互链接。栏目页大量的链接内容页，链接数量控制在 100 个以内。

内页优化：

1. 关键词

内页可以不特别关注关键词，可以将 Meta Title 设置成相同的内容。在页面里更多的利用 H1， IMG、STRONG 标签优化关键词。

1. 内容

网页要以内容为主，大于 5K 时，可以做翻页处理。内容最好是原创，内页收录的越多，从搜索引擎来的流量才能越多。

1. 链接

通常内页很少有外部链接的，除非内容非常好，被人转载。内页要链接栏目页和首页，大量的内页链接，有利于栏目页和首页的关键词排名。内页最好能链接内容相关的其他内页，这样可以增加网页的相关度，同时方便用户浏览，增加网站的 PV。

## Robots.txt

搜索引擎通过一种程序 robot（又称 spider），自动访问互联网上的网页并获取网页信息。

您可以在您的网站中创建一个纯文本文件 robots.txt，在这个文件中声明该网站中不想被 robot 访问的部分，这样，该网站的部分或全部内容就可以不被搜索引擎收录了，或者指定搜索引擎只收录指定的内容。robots.txt 文件应该放在网站根目录下。

**robots.txt** 文件的格式：

"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, or NL 作为结束符），每一条记录的格式如下所示：

"<field>:<optionalspace><value><optionalspace>"。

在该文件中可以使用#进行注解，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 robot 的名字，在"robots.txt"文件中，如果有多条 User-agent 记录说明有多个 robot 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均有效，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，任何以 Disallow 开头的 URL 均不会被 robot 访问到。例如"Disallow:/help"对/help.html 和

/help/index.html 都不允许搜索引擎访问，而"Disallow:/help/"则允许 robot 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 robot，该网站都是开放的。

**robots.txt** 文件用法举例：

|  |  |
| --- | --- |
| 例 **1.** 禁止所有搜索引擎访问网站的任何部分 | *User-agent: \* Disallow: /* |
| 例 **2.** 允许所有的 **robot** 访问 ( 或者也可以建一个空文件 "/robots.txt" file) | *User-agent: \* Disallow:* |
| 例 **3.** 禁止某个搜索引擎的访问 | *User-agent: BadBot Disallow: /* |
| 例 **4.** 允许某个搜索引擎的访问 | *User-agent: baiduspider Disallow:**User-agent: \* Disallow: /* |
| 例 **5.**一个简单例子在这个例子中，该网站有三个目录对搜索引擎的访问做了限制，即搜索引擎不会访问这三个目录。需要注意的是对每一个目录必须分开声明，而不要写成"Disallow: /cgi-bin/ /tmp/"。User-agent:后的\*具有特殊的含义，代表"any robot"，所以在该文件中不能有"Disallow: /tmp/\*" or "Disallow:\*.gif"这样的记录出现. | *User-agent: \* Disallow:**/cgi-bin/ Disallow: /tmp/ Disallow: /~joe/* |

**Robot** 特殊参数：

1. Google

允许 **Googlebot**：

如果您要拦截除 Googlebot 以外的所有漫游器访问您的网页，可以使用下列语法：

User-agent:Disallow:/ User-agent:Googlebot Disallow:

Googlebot 跟随指向它自己的行，而不是指向所有漫游器的行。

**"Allow"**扩展名：

Googlebot 可识别称为"Allow"的 robots.txt 标准扩展名。其他搜索引擎的漫游器可能无法识别此扩展名，因此请使用您感兴趣的其他搜索引擎进行查找。"Allow"行的作用原理完全与"Disallow"行一样。只需列出您要允许的目录或页面即可。

您也可以同时使用"Disallow"和"Allow"。例如，要拦截子目录中某个页面之外的其他所有页面，可以使用下列条目：

User-Agent:Googlebot Disallow:/folder1/ Allow:/folder1/myfile.html

这些条目将拦截 folder1 目录内除 myfile.html 之外的所有页面。

如果您要拦截 Googlebot 并允许 Google 的另一个漫游器（如 Googlebot-Mobile），可使用 "Allow"规则允许该漫游器的访问。例如：

User-agent:Googlebot Disallow:/

User-agent:Googlebot-Mobile Allow:

使用 **\*** 号匹配字符序列：

您可使用星号 (\*) 来匹配字符序列。例如，要拦截对所有以 private 开头的子目录的访问，可使用下列条目：

User-Agent:Googlebot Disallow:/private\*/

要拦截对所有包含问号 (?) 的网址的访问，可使用下列条目：

User-agent:\* Disallow:/\*?\*

使用 **$** 匹配网址的结束字符

您可使用 $ 字符指定与网址的结束字符进行匹配。例如，要拦截以 .asp 结尾的网址，可使用下列条目：

User-Agent:Googlebot Disallow:/\*.asp$

您可将此模式匹配与 Allow 指令配合使用。例如，如果 ? 表示一个会话 ID，您可排除所有包

含该 ID 的网址，确保 Googlebot 不会抓取重复的网页。但是，以 ? 结尾的网址可能是您要包含的网页版本。在此情况下，可对 robots.txt 文件进行如下设置：

User-agent:\* Allow:/\*?$ Disallow:/\*?

Disallow:/ \*?一行将拦截包含 ? 的网址（具体而言，它将拦截所有以您的域名开头、后接任意字符串，然后是问号 (?)，而后又是任意字符串的网址）。

Allow: /\*?$ 一行将允许包含任何以 ? 结尾的网址（具体而言，它将允许包含所有以您的域名开头、后接任意字符串，然后是问号 (?)，问号之后没有任何字符的网址）。

**Sitemap** 网站地图：

对网站地图的新的支持方式，就是在 robots.txt 文件里直接包括 sitemap 文件的链接。就像这样：

Sitemap: 域名/sitemap.xml

目前对此表示支持的搜索引擎公司有 Google, Yahoo, Ask and MSN。

不过，我建议还是在 [Google Sitemap](#_bookmark30) 进行提交，里面有很多功能可以分析你的链接状态。

**Robots.txt** 带来的好处：

1. 几乎所有的搜索引擎 Spider 都遵循 robots.txt 给出的爬行规则，协议规定搜索引擎 Spider 进入某个网站的入口即是该网站的 robots.txt，当然，前提是该网站存在此文件。对于没有配置 robots.txt 的网站，Spider 将会被重定向至 404 错误页面，相关研究表明，如果网站采用了自定义的 404 错误页面，那么 Spider 将会把其视作 robots.txt——虽然其并非一个纯粹的文本文件——这将给 Spider 索引网站带来很大的困扰，影响搜索引擎对网站页面的收录。
2. robots.txt 可以制止不必要的搜索引擎占用服务器的宝贵带宽，如 email retrievers，这类搜索引擎对大多数网站是没有意义的；再如 image strippers，对于大多数非图形类网站来说其也没有太大意义，但却耗用大量带宽。
3. robots.txt 可以制止搜索引擎对非公开页面的爬行与索引，如网站的后台程序、管理程序，事实上，对于某些在运行中产生临时页面的网站来说，如果未配置 robots.txt，搜索引擎甚至会索引那些临时文件。
4. 对于内容丰富、存在很多页面的网站来说，配置 robots.txt 的意义更为重大，因为很多时候其会遭遇到搜索引擎 Spider 给予网站的巨大压力：洪水般的 Spider 访问，如果不加控制，甚至会影响网站的正常访问。
5. 同样地，如果网站内存在重复内容，使用 robots.txt 限制部分页面不被搜索引擎索引和收录，可以避免网站受到搜索引擎关于 duplicate content 的惩罚，保证网站的排名不受影响。

**robots.txt** 带来的风险及解决：

1. 凡事有利必有弊，robots.txt 同时也带来了一定的风险：其也给攻击者指明了网站的目录结构和私密数据所在的位置。虽然在 Web 服务器的安全措施配置得当的前提下这不是一个严重

的问题，但毕竟降低了那些不怀好意者的攻击难度。

比如说，如果网站中的私密数据通过 [域名/private/index.html](http://www.yourdomain.com/private/index.html) 访问，那么，在 robots.txt 的设置可能如下：

User-agent: \* Disallow: /private/

这样，攻击者只需看一下 robots.txt 即可知你要隐藏的内容在哪里，在浏览器中输入 [域名/private/](http://www.yourdomain.com/private/) 便可访问我们不欲公开的内容。对这种情况，一般采取如下的办法：

设置访问权限，对/private/中的内容实施密码保护，这样，攻击者便无从进入。

另一种办法是将缺省的目录主文件 index.html 更名为其他，比如说 abc-protect.html，这样，该内容的地址即变成 [域名/private/abc-protect.htm](http://www.yourdomain.com/private/abc-protect.htm)，同时，制作一个新的 index.html 文件，内容大致为“你没有权限访问此页”之类，这样，攻击者因不知实际的文件名而无法访问私密内容。

1. 如果设置不对，将导致搜索引擎将索引的数据全部删除。

User-agent: \* Disallow: /

上述代码将禁止所有的搜索引擎索引数据。参见：[页面收录减少，如何检查判断？](#_bookmark55)

### 网页相似度

网页相似度是比较网页是否相似，通常有以下两种计算方式：

1. 根据网页摘要来比较，如果多个网页摘要的 md5 值一样，证明这些网页有很高的相似性
2. 根据网页出现关键词，按照词频排序，可以取 N 个词频高的，如果 md5 值一样，证明这些网页有很高的相似性。

网页相似度对 **SEO** 的影响：

Google 对网页相似度限制在 60%，如果超过这个标准将导致页面不被收录，或者收录后排名靠后中。

参考：[如何降低网页相似度？](#_bookmark57)

**404** 页面

相关服务器返回代码介绍：

|  |  |
| --- | --- |
| 200 | 客户端请求已成功响应。 |
| 301 | 永久重定向某个链接。 |
| 302 | 临时重定向到某个链接。 |

404 访问的页面暂时不存在。

当网站进行调整、页面进行修改的时候，便会有网页被删除、改名或移动位置，这时候，虽然相应内容的网页还存在于网站中，但使用原来的地址访问则无法访问，或者由于拼写错误导致一个无效的链接，都将使服务器返回 404 状态码。

但是，Web 服务器默认的 404 错误页面，均十分简陋、呆板且对用户不友好，无法给予用户寻找相应信息的更多线索，用户看到这类页面往往最直接的反应并是关闭浏览器窗口离开，这在很大程度上给网站造成损失。毕竟，对网站来说，用户永远是最重要的资源，以这种方式损失用户更意味着某种程度的失败。

这也是许多网站使用自定义 404 错误页面的原因。通过良好的自定义 404 页面，可以包含对网站的相应介绍、用户可能感兴趣的内容链接或者网站内容导航链接、内容搜索功能等，能够有效地帮助访问者找到其欲寻找的内容或相似的内容，提高用户在网站内浏览更多信息的机会。

正确定义 **404** 错误页面：

1. 对于已经存在的信息由于路径改变而导致访问不了时，应该在 IIS 中定义 404 错误指向一个动

态页面，在页面里面使用 301 跳转到新的地址，此时服务器返回 301 状态码。

1. 当访问一个错误的链接时，将调用 404 页面，但由于在 IIS 里面设置的不同将导致返回不同的状态码：
	1. 404 指向的是一个 htm 文件，此时页面返回的 404 状态码，这是正确的。
	2. 404 指向的是一个 URL，例如 /error.asp，如果不在页面里面进行设置，仅仅是返回提示的 HTML 代码，将导致页面返回 200 状态码，此时的危害在于，当很多页面找不到时，都返回和访问正常页面时返回一样的 200 状态码，将使搜索引擎认为该链接存在，并以错误页面的内容进行收录，当这样的链接很多时，将导致大量页面重复，使网站排名降低。处理方法：在显示完提示内容后，增加语句： Response.Status="404 Not Found" ，这样就保证页面返回 404 状态码。
	3. 避免在调用 404 页面的时候返回 302 状态码，容易被搜索引擎认为是重定向作弊。

检测方法，使用 HttpWatch 查看返回代码。

# 第六部分 搜索引擎优化的重点：链接策略

对于简单的关键词，只要做页面内部优化就可以排名上去，对难度大的关键词，就需要依靠链接策略了。

### 导入链接

搜索引擎在决定一个网站的排名时，不仅要对网页内容和结构进行分析，还围绕网站的链接 展开分析。对网站排名致关重要的影响因素是获得尽可能多的高质量外部链接，也称导入链接。

将导入链接纳入排名重要指标的依据在于，搜索引擎认为，如果你的网站富有价值，其它网 站会提及你；对你提及越多，说明价值越大。由此引申出链接广度（Link Popularity）在搜索引擎优化中的重要地位。

当然了，既然导入链接有这么大作用，人们想方设法地为网站“制造”外部链接，导致涌出大量垃圾（spam）链接。这也就是以前优化就是在论坛发贴的原因。

搜索引擎目录：

全球最大的开放式目录库 www.dmoz.org

登录 DMOZ 的好处：

1. 由于 Google 等重要搜索引擎都采用 ODP 的数据库，所以一旦被收录，你的网站的 PR 会很快升值。
2. 国内有很多人是复制 DMOZ 的数据，相当于间接给你做链接，对提升 PR 很有帮助。

不过 DMOZ 是人工审核的，要求及其严格，曾经有人要花 5000 元，就为了让人帮他，将他的网站被 DMOZ 收录。

最近百度改版，有些信息就来自于 DMOZ，所以加入 DMOZ 好处多多。

高质量导入链接：

* 1. 搜索引擎目录中的链接以及已加入目录的网站的链接。加入搜索引擎目录，说明这个链接被搜索引擎认可。
	2. 与你的主题相关或互补的网站。

说明你的网站是专门做这方面的。

* 1. PR 值不低于 4 的网站 。

PR 值为 4 的网站很容易做到，但是 PR>4 的网站很难了。百度的 PR 才是 7。不过 google 对英文网站更偏向一点，大部分英文网站的 PR 值都大于中文的。

* 1. 具有很少导出链接的网站。

导出链接只有 5 个的网站比导出链接 30 个的网站，对你的网站的加分贡献要高。例如一个网站 PR 值为 10，有 5 个外链的，每个可以分到 2，比 30 个就高多了。

* 1. 内容质量高的网站 ，就是原创内容多的网站。

原创内容多的网站是搜索引擎最喜欢的，当然也算是高质量链接了。垃圾链接：

对网站排名不起作用或起反作用：

1. 留言簿、评论中大量发贴夹带网站链接。
2. 已经加入太多导出链接的网站
3. 博客的引用。
4. 加入链接基地，或使用程序与大量会员网站自动交换链接，被搜索引擎视为典型的垃圾链接，极有可能受到惩罚或牵连。

两种导入链接被误认为可以增加链接广度：

1. 点击付费的搜索引擎广告链接，如百度竞价排名和 Google 的右侧关键词广告。例如：关键词广告 中Google广告。
2. 放在 Flash,或者 js 脚本里面的链接。

由于搜索引擎搜索不到，当然就无法增加链接广度了。

获得高质量导入链接：

1. 向搜索引擎目录提交网站。
2. 在重要网站发表专业文章。

围绕目标关键词在一些重要站点发表文章，在文章中或结尾带上你的网站签名。这样也是既可以获得高质量互惠链接，亦可能获得目标客户。重要网站有博客、行业内流量高，威信度高的网站。

1. 在所在行业目录提交网站。

尽可能向更多的相关网络目录、行业目录、商务目录、黄页提交你的网站，加入企业库。搜索的方法：目录网站 。

1. 寻找网站交换链接。

### 导出链接

导出链接就是你的网站中指向其它网站的链接。

搜索引擎机器人除了分析你的导入链接，也会分析你引出去的站点，如果导出链接站点内容与你的

网站主题相关联，同样有利于搜索引 擎友好。这也是交换链接要选择主题相关网站的原因。还有个现象就是由于缺乏原创资料，他们常常转摘其它网站的文章作自己网站的内容，但又不注明来源，惟恐导出链接助长了竞争对手，不利于自己的网站访问量。其实，对搜索引擎来说，适量、适当的导出链接是很有必要的。

当然，一个页面的导出链接也不能太多， Google 认为一个页面的最大导出链接数量不应超过 100

个。

### 内部链接

一个站点的页面之间也往往彼此链接，如一篇文章结束后的“相关文章” 列表，将该网站中同一主题下的其它文章都链接在内，不仅方便访问者，提高流量，也有利于搜索引擎索引网页，同时多个页面链接同一个内页，有助于该内页的排名提高。

网站还可以通过建立多个二级域名子站，子站间彼此相链，再一起链回主站，形成一个子站群包围主站，对提高排名相当有利。

### 关键词链接文本及上下文语意

1. 搜索引擎比较重视链接文本中出现的关键词。因此无论是导出链接、导入链接还是内部链接，都最好兼顾到链接文本中含有关键字。
2. 除了链接文本，链接周围的文字即上下文语意也非常重要。链接分析系统通过检 查链接上下文内容来确定网站与其链接对象之间的关联度，以评估该页面的内容质量。

讲到这里不得不提一下 [什么是Googl](#_bookmark58)e炸弹，即利用此方法实现的。

### 链接的重要性

下面列出链接的重要性，在网站优化的过程中要引起重视：

1. 链接所在的位置，如果链接处于网页的内容位置，则权重高，处于像页脚那样的底部位置，则权重低。
2. 链接文字的离散性，就是说，如果你的网站的外链全都整齐化一地使用同一种锚文字来描述，那

Google 就会怀疑这是人工做出来的链接，所以可能降权。

1. 链接的 Title 属性，Google 会认为这也是相关的描述，但是这种对于用户可见性不好，相关性肯定不如直接使用锚文字的高。
2. 链接超过一定的数量。可能不会被 Google 搜索到，Google 官方举的例子是 100 个，超过这个数

Google 的蜘蛛就“审美疲劳”了。

1. 链接所在的网站的 IP 地址与指向目标相差越大，效果越好，如果是完全一样，那你很可能是同一台服务器上的网站，Google 会歧视的。
2. 链接所在的页面如果出现与链接锚文字相同、相近的关键字，很好，会提高相关度。
3. 链接所在的页面如果出现在主题相关的网站中，很好，提高相关度。
4. 链接的稳定性，如果你的链接很不稳定，今天出现一万个，明天剩下几十个，那 Google 就会注意到了，你很可能在发垃圾链接哦。
5. 链接出现在权威网站，如：.edu 和.gov 这样的网站中，会提高权重。
6. 互惠链接会被极大的降权。

# 第七部分 搜索引擎优化作弊

**SEO** 作弊手段

关键字堆砌：

定义：为了增加某个词汇在网页上的出现频率，而故意重复它。例如在 Title,Meta 中。不好的例子：手机手机手机手机手机手机手机手机手机。

这是很低级的作弊手段，很容易被搜索引擎惩罚。

如果想增加关键词密度，应该这样：例如手机。

IT 世界手机频道是中国最权威的手机内容网站.提供手机新闻、手机评测、手机拆卸、手机图赏、业界动态、手机专题、掌上电脑、手机报价、手机行情、手机导购、手机技巧、手机下载、手机评测、手机图片、手机大全、手机资料、手机饰物、手机论坛等等精彩。

虚假关键词：

定义：通过在META中设置与网站内容无关的关键词，如在Title中设置热门关键词，以达到误导用 户进入网站的目的。

例如：通常这些网页没有内容，只有标题，内容也是标题的重复。

搜索引擎不宜发现，但如果你发现后提交Google，这个页面一定会被惩罚。

隐形文本**/**链接：

定义：为了增加关键字数量，网页中放一段与背景颜色相同的、包含密集关键字的文本，访客看不到，可搜索引擎却能找到。类似方法还包括超小号文字、文字隐藏层等手段。隐形链接是在隐形文本的基础上在其它页面添加指向目标优化页的行为。

表现形式：

<font style="font-size:1px;">搜索引擎优化</font>

<div style="display:none;">

搜索引擎优化

</div>

<font style="color:white;">搜索引擎优化</font>

这是很低级的作弊手段，很容易被搜索引擎惩罚。重定向：

定义：使用 META 刷新标记、CGI 程序、Java、Javas cript 或其它技术，当用户点击一个链接时，自动跳到另一个网页。搜索引擎不宜发现，但如果你发现后提交 Google，这个页面一定会被惩罚。 常用的重定向方法：

<html>

<head>

<%

'服务器端重定向

response.redirect ["域名1/](http://www.supercss.com/)"

%>

<!-- 标签 -->

<meta http-equiv="refresh" content="10;[URL="域名](http://www.baidu.com/)2">

<!-- 脚本 -->

<script language="javascript"> location.href=["域名](http://www.baidu.com/)2";

</script>

</head>

<body>

<!-- 使用 Flash -->

<object width="480" height="385">

<param name="movie" value="url.swf?u[rl="](http://www.baidu.com/)域名2"></param>

<embed src="url.swf?ur[l=域名2](http://www.baidu.com/)" type="application/x-shockwave-flash" width="480" height="385"></embed>

</object>

</body>

</html>

复制站点或内容：

通过复制整个网站或部分网页内容并分配以不同域名和服务器，以此欺骗搜索引擎对同一站点或同一页面进行多次索引的行为。镜象站点(Mirror Sites)是此中典型。

通常表现：一个网站有多个域名，多个域名都简单的指向同一个站点。搜索引擎容易发现，通常会将网页降权。

解决这个问题：

1. IIS 里面演示配置。



1. 其他域名都指向一个包括以下内容的页面。

asp

Response.Status="301 Moved Permanently" Response.AddHeader "Location", "域名"

Response.End

asp.net

Response.Status = "301 Moved Permanently"; Response.AddHeader("Location","域名”/);

1. 在镜像服务器放置一个 robots.txt 文件，并设置成拒绝所有蜘蛛索引。

*User-agent: \* Disallow:/*

隐形页面：

指同一个网址下对不同的访问者选择性返回不同的页面内,搜索引擎得到了高度优化的网 页内容,而用户则看到不同的内容。

这是一种非常高级的作弊方式，通常用户和搜索引擎都发现不了。代码：[区别蜘蛛代码（ASP）](#_bookmark55)

包含指向作弊网页的链接：

做友情链接时，链接到作弊的网站，特别是在首页链接到作弊网站，将导致网站连带被惩罚。避免被牵连：

1. 经常性的检查首页友情链接网站是否被搜索引擎惩罚。
2. 将有风险的链接以脚本的方式显示。

例如：<a href[=’域名](http://www.supercss.com/)’>seo</a>

修改成：document.write(“<a href=’域名’>seo</a>”);

1. 将友情链接放在 Iframe 页面里面。
2. robots.txt ，禁止所有的搜索引擎访问这些目录。

User-agent: \* Disallow: /links/

1. 针对 Google 使用标记说明该页面的链接被忽略：

<meta name="Robots" content="index,nofollow" > 页面全部链接都无效

<a rel=”nofollow” > 六合彩 </a> 标记的这个链接无效

重复注册：

定义：在短时间内，将一个网页重复提交给同一个搜索引擎，其实，这种作法适得其反。其实想让搜索引擎收录是很简单的。

站点上加了恶意代码或者故意挂马：

现在搜索引擎能够分析出来，降低网页的信任度，并搜索结果里显示该警告提示。例子：

链接工厂：

“链接工厂”是这样一组网页，它们都与组中的其他网页相连。它故意这样设计，是为了在搜索引擎的结果中提高排名。

### 搜索引擎对作弊的处罚

搜索引擎的惩罚会根据所犯的错误而定，具体显示现象：

1. 关键词排名降低。
2. 长时间不更新网页内容。
3. 收录减少，甚至为 0。
4. 网站 PR 值成 0。

发现网站被屏蔽后，应查找网站被屏蔽的原因，修改后，向搜索引擎提交申请，请求再次收录：

1. Google

要申请重新加入，请登录 [Google Sitemap](#_bookmark30)，选择"申请重新加入"链接，然后按照所示步骤操作。

1. 百度

首先请确认您的网站上已经没有作弊行为，按照下面的内容进行说明，一般在一个月后可以被解除。

您应在申请解除惩罚的邮件中说明以下内容：请说明您的网站地址

请说明您什么时间发现网站在百度消失的？

请说明您确认使用了何种被百度确认的作弊方法？好的例子：

百度申请撤销信样例：

尊敬的百度客服：您好！

首先我自我介绍一下，我是某某站 的站长，我叫某某，我的网站建立于 06 年的 10 月份，最近因为种种原因我把网站上的程序换了一下以后，百度的收录就成 0页，我不知道为什么会这样的，我一直按照百度搜索引擎的里面协议规定的去做的，没有作弊也没有违反你们的规定，麻烦尊敬客服帮我重新收录一下，非常感谢你们辛勤的工作，最后我祝百度越办越好！！

自由幻想

2007 年 7 月 5 日

这位网页在信发出 1 周后，域名被恢复，现在收录达 1180 页。

1. 对于无法恢复的域名，最好的办法就是重新注册新的域名。

# 第八部分 Google 搜索引擎

## Google PageRank

概述：

PR 值，即网页级别

Google 对网页级别的描述 ：“作为组织管理工具，网页级别利用了互联网独特的民主特性及其巨大的链接结构。实质上， 当从网页 A 链接到网页 B 时，Google 就认为“网页 A 投了网页 B 一票”。 Google 根据网 页的得票数评定其重要性。然而，除了考虑网页得票数（即链接）的纯数量之外， Google 还 要分析投票的网页。“重要”的网页所投出的票就会有更高的权重，并且有助于提高其它网页 的“重要性”。

**PR** 值算法原理：

一个网页被多次引用，则它可能是很重要的；

一个网页虽然没有被多次引用，但是被重要的网页引用，则它也可能是很重要的； 一个网页的重要性被平均的传递到它所引用的网页。这种重要的网页称为权威网页。

影响 **PR** 值的因素：

1. 网站的导入链接质量。导入链接越多质量越高，该页面的 PR 值就越高。
2. 导出链接数量。导出的越少，导出的链接获得的 PR 值就越高。
3. 搜索引擎收录一个网站的页面数量。数量越多，内部链接就越多。
4. 首页PR的高低。

首页是推广的核心页面，所以网站首页 PR 高低对内页各 PR 也产生直接影响。 首页﹥一级页面﹥二级页面﹥三级页面……每深入一级，PR 降低 1 －2 个档次。

1. PR 值的更新：

Google 每个月进行一次彻底的数据更新，更新后的网站排名和导入链接都会有某 些变化，但其 PR更新时间一般要延迟至 数据更新后三个月左右，而且网站的 PR 值相对稳定， 要上升或下降一级 PR 是很不容易的事情。

**PR** 值的作用：

1. 网页比较重要，拥有了排名靠前的优先权。
2. 具有了获得高质量导入链接的谈判优势。
3. 搜索引擎会加快对网页数据的更新。

## Google Dance

概述：

.Google Dance ，即 Google 数据更新。

Google 有 8 个数据中心，共享超过一万台的服务器。一般在每月 15-20 号左右升级数据库库。期间，新的网站被加入，无效网站被删除，对收录网站进行全面深度检索，也可能在这期间调整算法。由于每次升级都会引起很多网站排名波动，俗称 Google Dance。

Google Dance 对于 SEO 来说，涉及的注意事项如下：

1. 网站的提交及更新时间。

在 Dance 期间，新网站被收录的机会增大，因此宜在 Dance 其间提交新网站及加大网站更新力度。

1. 静观其变，及时跟进 。

由于数据调整有一个过程，Dance 期间的普遍表现是排名波动不稳定，忽上忽下，也可能在这期 间调整排名算法。所以在 Dance 结束后，针对排名升降结果和竞争对手的排名情况调整自己的优化策略。

## Google SandBox

关于 Google 沙盒现象，业界众说纷纭。

一种观点：这是 Google 对于那些刚发布不久就有良好排名的“可疑”站点置于某种屏蔽程序中进行一段时期的“隔离审查”。待网站 表现稳定之后，再解除屏蔽，给予其应得的实际排名和 PR 值。这段时长可能延续 3 个月左右。

当然，还有一种观点认为：Google 为了在搜索结果（SERP）中为用户提供更多新信息，往往给予新发布的网站更多“关照”，使得新网站暂时获得排名优势；但随着 Google 数据更新不断加快，这种对新网站的照顾开始解除，于是该网站排名趋向正常。

无论原因怎样，对待沙盒效应，正确的态度和方法是：保持冷静，当排名在短时间内迅速上 升时不应盲目乐观，因为这是不稳定的表现。应该利用这个有利时机，频繁更新网站内容， 提高内容质量，获得更多高质量导入链接，增加网站访问量，才能将排名优势一直保持下去。

**Google** 网页搜索

1. Google 相关词自动提示，不但使你更快的找到需要的关键词，同时也可以获得一个词的相关关键词。

为网站申请加入 Google 资讯，这样可以使你的网站能够在 google 结果里面以特殊的方式显示，获得用户更多的点击，

1. 为一个关键词做多个推广页面，让这几个关键词页面都排名在 google 搜索结果的同一页，就会出现折叠的显示效果，吸引用户更多的点击。
2. 重视对 Google 图片的优化，因为在网页搜索里面也可能出现图片。
3. 时常要对网站进行检查，避免网站被挂木马，否则将严重影响用户点击。

参见：[关于恶意软件警告：“该网站](#_bookmark61)可能含有恶意软件，有可能会危害您的电脑。”

1. 努力让你的网站成为 Google 上的知名网站，在搜索结果中将以不同的方式显示。
2. 在 Google 做竞价广告，可以让更多的人找到你。

## Google Adsense

Google Adsense 是我目前遇到的收入最高的广告系统，希望大家通过 Google Adsense 盈利。

## Google Adwords 工具

Google Adwords 是 Google 的广告系统，我今天介绍的是 Google Adword 中的一个工具。关键词工具：https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal?defaultView=3选择要显示的数据为关键词搜索量

使用 **Google Adwords** 工具选择关键词：

在展示的结果里有 2 个小条：搜索量、广告客户竞争程度。

我们要找的关键词是 搜索量大而竞争少的关键词。

**Google** 趋势

借助 Google 趋势，您可以比较全世界对您所喜爱的主题的关注度。您最多可以输入五个主题，然后查看其随时间推移在 Google 上被搜索的频率。Google 趋势还可显示您的主题在 Google 资讯文章中出现的频率，以及最经常搜索它们的地理区域。了解更多

不同的关键词使用不同的颜色表示，其中的 A 、B、C 表示当前节点发生的新闻事件。同时 Google 还提供不同地区的搜索比较：

通过对比我们可以发现：

在日本 福冈 大部分人喜欢喝茶，而不喜欢咖啡。在台湾，喜欢咖啡的人远远多于喜欢喝茶的人。

使用 **Google** 趋势进行关键词对比：

1. 通过对比可以发现在什么时候、在什么地点做什么关键词。比如：祝福短信只有元旦、春节的

时候流量才比较大，如果做这个关键词就需要在 10 月份提前开始优化了。

1. 输入不同的词，可以查看这些词的搜索量对比，选择更适合的词。

## Google Sitemap

Sitemaps 协议使您能够告知搜索引擎您网站中可供抓取的网址。最简便的方式就是，使用 Sitemaps协议的 Sitemaps 就是列有某个网站所有网址的 XML 文件。此协议可高度扩展，因此可适用于各种大小的网站。它还能够使网站管理员提供有关每个网址的其他信息（上次更新的时间、更改的频率、与网站中其他网址相比它的重要性）以便搜索引擎可以更智能地抓取该网站。

Sitemaps 在用户无法通过可浏览界面访问网站的所有区域时作用尤其明显。（通常，指用户无法通过追踪链接访问网站的特定页面或区域。）例如，那些只能通过搜索表单才能访问其中某些页面的网站都会从创建 Sitemaps 并将其提交到搜索引擎中获益。

此文件说明 Sitemaps 文件的格式，并解释您张贴 Sitemaps 文件的位置以便搜索引擎能够检索到。

请注意 Sitemaps 协议补充而不是取代搜索引擎已用来发现网址的基于抓取的机制。通过向搜索引擎提交一个 Sitemaps（或多个 Sitemaps），可帮助搜索引擎更好地抓取您的网站。

使用此协议并不能保证搜索索引中将包含您的网页。（请注意，使用此协议不会影响 Google 对您网页进行排名的方式。）

**Google Sitemap** 对 **SEO** 的影响：

1. 能够更快的让 Google 搜索到你的内容网页。
2. 能够及时发现网页存在的问题。
3. Yahoo 也开始支持 Sitemap ，有利于 Yahoo 收录。

注意：作为 **sitemap** 的文件一定要放在根目录下。

或者参见 [Robots.txt](#_bookmark17) 中关于sitemap内容。

# 第九部分 百度搜索引擎

百度在北京、上海和广州三地分别占有 64.5%、58.0%和 60.7%的市场份额，所以做好百度，网站的流量就有根本保证。

### 百度网页

百度里面使用最多的功能就是百度网页，同时也是优化的主战场。百度网页对 **SEO** 的影响：

1. 查询网站百度收录数量：使用site:域名
2. 查询某网站一段时间百度的收录数量：
	1. 首先选择搜索的时间；
	2. 输入要查询的网站。
3. 查询一个页面百度是否收录： 直接在搜索框中输入链接地址。
4. 查询网站外链：domain:域名
5. 品牌查询：

百度正与国内外顶级品牌共同尝试一种名为“品牌专区”的新广告模式，为潜在用户在对品牌关键词进行搜索时一次性提供更多相关信息。

### 百度贴吧、百度知道、百度空间、百度百科

百度贴吧、百度知道是类似于论坛，百度空间类似于博客，百度百科类似于 wiki。因为同是百度的产品，所以在搜索结果中自然能够获得非常高的排名。

排名第一的是百度知道，第三是百度博客。利用百度产品做 **SEO**：

1. 在网站上以不同身份注册大量的用户。
2. 然后围绕需要优化的关键词提出并回答问题。例如：

××什么时候开始销售？ 用户 1

通常要很自然的加上链接，不要让回答看起来像广告。对于不能增加链接的时候，可以引导用户搜索。

1. 由于有人工审核，所以每天同一个帐户不要发太多帖子，最多 10 个，而且不要使用同一个 IP，

同时在问题或者回答里尽量少带网址，避免网站被屏蔽。内容也一定要全，联系方式等等信息不要留的太多，否则被认为是广告帖而被删除。

1. 在百度空间里进行优化参照：[如何使用博客进行排名呢？](#_bookmark55)

### 百度图片

百度图片流量也很大，特别是搜索明星照片、电影海报等等。和百度MP3 类似，百度链接了你的图片，而流量属于百度。

利用百度图片 **SEO**：

1. 先对网站的图片进行全方位优化：参照：[图像优化](#_bookmark13)。
2. 如果图片是从其他网站采集来的，要进行处理，比如将图片大小增加或者减少，增加水印等，使和采集的图片有区别。
3. 让百度蜘蛛能够顺利访问，便于其生成缩略图。
4. 对从其他网站来的访问进行防盗链处理，在图片中央增加很深的水印，注明是某某网站所有，下面是这个图片在你网站上的链接页面，最好是优化后的链接，方便用户输入。
5. 这样对图片感兴趣的网友，自然会输入地址访问你的网页。

### 百度中文搜索风云榜

如果做百度流量，必然要了解百度搜索风云榜，从中找到热门的词，进行优化，可以在短时间内获得非常大的流量。

利用排行榜进行关键词选择：

1. 根据行业选择不同的风云榜。
2. 排行榜显示每一条热门关键词的搜索数量。通常这些条目是很难排名上去的。
3. 点击某关键词，查看其相关搜索。
4. 选择搜索量大，而搜索记录少的关键词作为需要优化的关键词。以我为例：我现在网站的流量有 30000 PV，而流量最大的关键词只有 150PV，而这些词将在很长一段时间给我带来流量。

### 百度指数

百度指数是以百度网页搜索和百度新闻搜索为基础的免费海量数据分析服务。它以曲线图、相关新闻、专业评论的方式为您透彻分析，把握您所关心的“关键词”趋势，让您在第一时间获得互联网上最有价值的信息和资讯！

利用百度指数获得关键词：

1. 在搜索某关键词时，在关键词前加入“\”，可以获得包含这个关键词的所有关键词。
2. 有些关键词在搜索是 会提示“ 抱歉，没有找到与“seo”相关的指数信息”，这是由于这个关键词没有存在于百度指数库中，需要成为百度指数用户才可以查看。

### 百度相关搜索

在百度搜索“seo”，在搜索结果下面会出现相关搜索：

使用相关搜索获得关键词：

1. 输入需要查询的关键词，会出现相关关键词的列表。
2. 点击前 10 个关键词，查看关键词结果数量，结合 [百度指数](#_bookmark35)查看关键词的搜索量，判断关键词是否可以选择。

### 百度竞价

在一些比较热门的关键词结果中，排名在第一页的很多都是广告网站。

百度竞价对 **SEO** 的作用：

1. 可以确定关键词的难度：

相对于百度竞价费用，在 Google 做 SEO 优化相对要便宜的多， 所以如果在百度竞价里有很多竞价记录，那在 Google 里将是这个数量的几倍的网站在优化这个词，你的竞争对手很多，这个词就比较难做。

1. 可以确定优化的费用：

### 百度的人工干预

如果你的某些网站没有作弊，却被百度屏蔽了，很不幸，你遭受了百度的人工审核，也不要问为什么，具体现象我这里不便明说。

# 第十部分 搜索引擎优化是万能的么？

搜索引擎优化不是万能的，网站内容建设才是最重要的：

1. 搜索引擎优化可以帮助网站收录更多的内容，这个很简单。
2. 搜索引擎优化可以使网页排名更高，这个也不太难。
3. 搜索引擎优化不能保证让用户看到结果后一定会点击，这个需要网站编辑从用户需求出发设计能够吸引人的标题和简介。
4. 搜索引擎优化不能将流量转换为订单，这个很难。通常涉及到网站可用性、网站可信度、产品价格、销售人员的素质等等方面，需要综合考虑。

在上面的四条中，搜索引擎优化仅仅能够解决前面的两个问题，而后面的更多的需要学习网络营销、网站用户体验等知识。

# 第十一部分 SEO 工具介绍

## SeoQuake (FireFox)

FireFox 提供的大量的 SEO 工具，能够使你在做 SEO 分析时快捷方便。使用插件步骤：

1. 下载FireFox，运行安装程序。
2. 启动 FireFox ，参考 工具-> 附加软件 ->获取扩展。
3. 在搜索栏输入要下载的插件名称。
4. 点击插件链接，下载后运行安装程序。重启启动后，插件就可以运行了。

启动 **SeoQuake** ：

打开页面，右键菜单，里面有 SeoQuake 选项。

查看搜索结果中竞争对手情况：

在做关键词分析时，一定要获得竞争对手的信息，以前需要在搜索引擎网站上查询很多次，而使用

SeoQuake 可以方便的查看结果记录中的相关信息：

内容详细而且全面

显示当前打开页面的全部信息。

查看网页的单独的信息：

例如要查看 GooglePR 值，页面上右键->SeoQuake->Google->Google PageRank

就会在页面上方出现一个工具条：



显示当前页面的 PR 值

查看页面的关键词密度：

页面右键->SeoQuake->Keywords density

显示内容包括：网站的地址、标题、关键词、关键词出现的次数、关键词密度。设置显示的内容：

如果你对显示结果不满意，可以条件显示的内容，步骤：

1. 页面右键->SeoQuake->Options->Main 栏目



位置 1：Show Google 选择，就表示在 Google 搜索结果里会出现 Seoquake 工具栏。位置 2：表示搜索结果中的前几条应用 SeoQuake ，摘要下面出现工具栏。

位置 3：是自动打开还是手工点击才显示内容。

1. Parameters 栏目：

左侧每行表示每一个要统计的信息，

上面的列表示可以选择的搜索引擎和栏目。

Seobar:：在网页上显示 SeoQuake 工具栏时，显示哪些信息。

Google：在Google 搜索结果中显示哪些信息。

## SearchStatus (FireFox)

SearchStatus 是 FireFox 中另外一个 SEO 扩展。安装方法：https://addons.mozilla.org/en-US/firefox/browse/type:1

打开页面 ，在搜索框输入SearchStatus ，下载安装。

插件配置：

配置后将显示在地址栏左侧。

功能列表：

右键点击最左侧的图标，显示下列工具菜单：


## DOM 查看器(FireFox)

在做网页或者分析网页时，很多时候需要获得当前页面的内容代码，但有时页面很大在里面查找内容很不方便，这个时候就需要所见即所得的 DOM 查看器了。

使用方法：

1. 使用 FireFox 打开一个页面。
2. 然后选择菜单 工具->DOM 查看器。
3. 在查看器里面选择菜单： 查看->点击查看元素 或者点击按钮，如图：



然后选择页面上需要的对象，可以是一个图片或者一个链接。

在 DOM 查看器中将显示该文件的 DOM 树结构，在需要的节点上右键，选择复制 XML，就拷贝出该节点的代码了。

地图和全站扫描分析工具 **XENU**

XENU 是一款非常不错的全站扫描分析工具，同时还可以做小型网站的网站地图。

使用说明：

1. 输入要扫描的网站地址。
2. 开始扫描，会显示当前链接的详细信息。包括：地址、状态、类型、大小、标题、日期、层次、外部链接、内部链接、持续时间。
3. 状态：

OK：网页下载完成。

跳过外部的：不读取该网站以往的链接。未找到：链接没有存在。

1. 选择某条记录，右键->属性，可以查看该链接的信息。包括：这个页面链接的信息、链接到这个页面的链接。
2. 最后生成网站链接报告。

### 网站流量统计

网站要经常对当前访问的关键词、来源等等进行分析，调整当前优化的策略。

全面完整的常规功能：

点击量 记录每一小时的 IP 数和 PV 数，提供多种形式供用户对任意时间段进行查询。IP 数完全基于 24 小时 IP 防刷。

客户端 记录来访者所处的地区、访问者的浏览器、操作系统、语言、时区、屏幕尺寸、屏幕色彩、

IP 地址及 Alexa 安装情况，并可对这些数据按任意时间段查询。

流量源 记录点击来源，并根据来源对关键词和搜索引擎进行分析。可对来路信息按时间段和特征字查询，提供多种排序方式。

关键词 精确的辨别并记录各大搜索引擎搜索进入时用户所搜索的关键词，兼容各种编码格式，无乱码，可按时间段和特征字查询分析，提供多种排序方式。

被访页 记录用户进入网站时的网页被进入的次数（入口网址）和每个网页被浏览的次数。可按时间段和特征字查询，提供多种排序方式。

明 细 访问明细和在线用户栏目细致到用户的全部信息，并可追踪任一用户的浏览记录。

# 第十三部分 搜索引擎优化盈利模式

### 为别人优化网站

帮别人优化关键词：

别人找到你，让你帮他的网站优化做优化，你和他协商确定关键词，越多越好，然后你根据这些关键词的优化难度，给他报价。通常优化需要 3 个月，只要保证在未来 10 个月内关键词不掉，你就可以获得不菲的收入了。

参考：[如何进行关键词定价？](#_bookmark56)

风险：由于搜索引擎算法、百度人为控制使关键词优化并不能一帆风顺，所以尽可能多做些词，经常性的修改优化方案，不要作弊。

帮别人编写网站优化分析报告：

1. 首先分析网站的外在条件，PR 值、域名等。
2. 详细查看网站页面。
3. 写出当前出现的问题，如何修改等等切实可以实施的方案。
4. 监督用户实施，避免误解内容，导致网站被惩罚。

编写网站优化分析报告价格：3000-50000 元。

### 优化网站获得流量获取广告收入

如果有自己的网站，而且流量不错，可以通过广告获得收入。推荐：[Google Adsense](#_bookmark28)

利用 **SEO** 获得流量的方法：

1. 获得最新的热点，选择那些流量大而竞争少的个关键词。参见：[百度中文搜索风云榜](#_bookmark34)、[百度指数](#_bookmark35)。
2. 围绕关键词发布内容，在网页中优化关键词。参见：[第五部分 对搜索引擎友好的网页设计](#_bookmark10)
3. 经常不断的发布不同内容， 使流量稳定增长。效果：

我的网站通过流量获得的每日收入在 80-200 元之间。

### 优化网站获得商业客户

和传统行业合作：

这是需要将传统行业同互联网想结合了，比如你有个朋友是做服务器的，你可以和他合作，帮他做个简单的网页，然后把词做上去，页面上留下你的联系方式，当有客户找你购买服务器时，你推荐给你的朋友，然后你们分成。

加入 **CPA (Cost-per-Action)** 销售联盟：

同上面所说的类似，不过需要找一些互联网的企业，为他们推广产品，按照每注册用户、每销售产品等方式获得一定的分成。

#  搜索引擎优化 (FAQ)

### 什么是网站深度链接比值？

网站深度链接比值:就是说你网站的外部链接中内页所占的比重。通常我们都是用网站的首页链接来交换链接，冲锋陷阵，现在内页也可以参与交换链接，这样的好处是，如果有一个大站，不同的内容可以和相同内容的网站交换链接，同时由于通常内页都有首页的链接，如果内页的 PR 值高，就会将权重分配给首页。

### 搜索引擎爬行的规律是什么呢？

个人观点！！！

搜索引擎蜘蛛第一天来，发现有更新的，会在第二天仍然过来采集，如果连续几天没有更新，蜘蛛会增加间隔天数，比如两天来一次，如果仍然没有更新，就变成四天来一次，然后变成八天、十六

天，最高可能是三十二天。如果要让蜘蛛来的很频繁，就要每天更新网站，当然如果蜘蛛已经将你的站降低了标准，即每三十二天来一次，你必须连续发三十多天，才能让蜘蛛逐渐提高到每天来一次。而且以后要保持每天发贴的习惯。

当然经常不更新并不是一点好处都没有，比如我有个网站天天更新，后来服务器系统坏了，连续两天当机，这个网站就被搜索引擎屏蔽了。而我另外一个网站，不更新，在 07 年春节当机了十五天，回来后在搜索引擎里面仍然有数据。

## <span style=’ font-weight : bolder;’>关键词</span> 作用是否和<strong>一样呢？

从页面的显示效果来看都是一样的黑体，但 strong 标签在 HTML 标记里面是加强的意思，搜索引擎能够识别。而 span 仅仅是一个扩展标签，对搜索引擎不起任何作用。

同理，比如 H1 对搜索引擎来说是很重要的，你可以对他进行更多的 css 修饰，而不用担心被搜索引擎忽略。

### 如何判断关键词的优化难度？

1. 查看该词搜索的结果数量，一定要加引号""同时在标题里面来准确的搜索。

例如：seo服务器搜索结果为 194,000 篇。

服务器，搜索结果 39,200,000 篇。

Seo服务器 比 服务器 更容易做上去。

在Google里面搜索 服务器 seo服务器。

1. 目测搜索结果页里面，网页内容是否优化。

关键词出现的位置：如果这个关键词在 Title 最前面，说明优化的比较好，出现在 Title 后面的位置，说明这个页面没有以这个词作为关键词进行优化。

关键词出现的次数：在搜索结果里，该关键词出现的次数越多，说明这个页面进行了该词的优化。

出现 URL 的档次：如果搜索结果里，出现的 URL 都是顶级域名的，说明这个词优化难度比较大。如果是网站的内页，相对比较容易。

查看网站内页：对于优化了这个关键词的网站，可以登录这个网站看看，代码是不是优化，Meta属性，以及外链。

1. 对于产品类的关键词，可以查询百度竞价。

参见：[百度竞价](#_bookmark37)，竞价太多的关键词难度很大。

### 如何让搜索引擎收录网站？

1. 向搜索引擎提交网站。
2. 找一个搜索引擎经常访问的网站，与他交换链接或者在网站上发贴。

实例：我做了一个新站，在我其他网站上发了一个帖子，包括新的域名，两天后就被搜索引擎收录。

1. 向Google 提交SiteMap ,参见：[Google Sitemap](#_bookmark30)。

### 如何使用博客进行排名呢？

使用博客排名的好处：

* 1. 能够借助主域名的资源，搜索引擎比较看重博客网站。
	2. 能够修改页面内容。比如标题等。
	3. 博客提供的友情链接能够方便的进行交叉链接。
	4. 能够找到大量优秀的博客网站。

所以，适当的时候可以使用博客网站做你的关键词。具体步骤：

1. 找一个博客，新开帐户。
2. 将分类或者目录修改成你要的关键词。
3. 输入优化好的标题及内容。
4. 找更多的网站重复这样的过程。
5. 进入博客后台的友情链接系统里，将其他博客的链接或者你自己网站的链接加入进来。
6. 耐心等待。效果：

我曾经做的一个关键词，在百度搜索结果里面，第一页经常有 1 个以上的博客页面，持续几个月之久。

特别注意：

1. 不要尝试在百度空间里面做，即使做也不要留网址！！
2. 对博客页面 Meta 里面包含有 noindex、nofollow 等标签时，就不要做了，做了对 google 没有作用。
3. 不要使用小站点的博客做热门词，最终可能排名上去了，你的内容也被管理员更换了，白做。

### 页面收录减少，如何检查判断？

出现这个现象，很多人会认为是被搜索引擎惩罚了，先按照下列方法检测：

1. 检查根目录下的 robots.txt 内容是否存在 Disallow？
2. 检查友情链接中的链接是否被搜索引擎惩罚？
3. 检查用户发布的信息中是否有作弊的内容？
4. 检查网站链接是否通畅，是否有死链、错误的链接，特别是提交给搜索引擎的网络地图是否运行正常？
5. 查看网站访问日志，看是否有异常或者错误报告，搜索引擎最近来过几次？
6. 检查最近服务器运行是否正常？
7. 向其他朋友或者上网查询，搜索引擎算法是否发生改变？

区别蜘蛛代码（**ASP**）

<%

function GetBot() '查询蜘蛛 dim s\_agent

GetBot=""

#### s\_agent=Request.ServerVariables("HTTP\_USER\_AGENT") ‘关键判断语句

if instr(1,s\_agent,"googlebot",1) >0 then GetBot="google"

end if

if instr(1,s\_agent,"msnbot",1) >0 then GetBot="MSN"

end if

if instr(1,s\_agent,"slurp",1) >0 then GetBot="Yahoo"

end if

if instr(1,s\_agent,"baiduspider",1) >0 then GetBot="baidu"

end if

if instr(1,s\_agent,"sohu-search",1) >0 then GetBot="Sohu"

end if

if instr(1,s\_agent,"lycos",1) >0 then GetBot="Lycos"

end if

if instr(1,s\_agent,"robozilla",1) >0 then GetBot="Robozilla"

end if end function

if GetBot="baidu" then

'给百度定制的内容

elseif GetBot="google" then '给 google 定制的内容

end if

%>

**Google** 其他蜘蛛：

Google 使用多个 user-agent。您可以在条目的 User-Agent 行中包含漫游器名称来拦截对网页的访问。拦截 Googlebot 将会拦截所有以"Googlebot"开头的漫游器。

1.Googlebot：从我们的网站索引和新闻索引中抓取网页 2.Googlebot-Mobile：针对我们的移动索引抓取网页

1. Googlebot-Image：针对我们的图片索引抓取网页
2. Mediapartners-Google：抓取网页确定 AdSense 的内容。只有在您的网站上展示 AdSense 广告的情况下，我们才会使用此漫游器来抓取您的网站。
3. Adsbot-Google：抓取网页来衡量 AdWords 目标网页的质量。只有在您使用 AdWords 为您的网站做广告的情况下，我们才会使用此漫游器。参阅关于此漫游器的更多信息以及如何在您的网站上执行部分拦截。

### 如何进行关键词定价？

以“云南旅游”关键词为例：google 的一年排名第一的价格 ，

百度竞价 × 百度流量 × 点击比例 × 365 × google 占的比例 × 用户能够接受的比例=最后的价格

5 元 × 855 × 0.8 × 365 × 0.25 × 0.1= 35108.4375 元

其中 第一与第十的价格差应该是总价格的 1/5 ，差不多是 8000 元

百度指数：[百度指数](#_bookmark35)

点击比例：就是排名第一时可能获得的流量。第一名可能是 90%，第二可能是 85%，自己评估。 google 占的比例：现在 google 的市场份额大约是百度的 25%。

用户能够接受的比例：通常用户选择 SEO，能够比作竞价节省很多钱，就按照 10%算吧。

其实这个公式很好理解的，前面是做竞价全年总的费用，作 SEO 优化仅仅是总费用的 10%达到相同的效果。

对于没有竞价的关键词，根据搜索的结果数量、优化网站的质量、关键词竞争度等等来判断，下面给出一个参考报价：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 关键词 | 搜索结果数量 | 关键词/年 报价 |
| 冷门 | 10 万以下 | 800 元 |
| 一般 | 10 万- 80 万 | 3000 元 |
| 热门 | 80 万以上 | 5000 以上 |


### 如何提高关键词密度？

网页的关键词密度在 2-5%比较合适，低于 2%就要增加关键词密度，方法如下：

1. 增加关键词出现的次数。
2. 降低页面中非关键词部分的内容。

### 如何降低网页相似度？

页面相似度太高将导致页面收录有问题，可以采用以下方法降低页面相似度：

1. 将两个页面公共的部分脚本化，或者放入 Iframe.

例如：通常页面下面都有版本信息：

Copyright (C) 2004 《XXXX》 本主页保留所有权利使用 **JS** 优化：

<script language=”javascript”>

document.write(“Copyright (C) 2004 《XXXX》 本主页保留所有权利”)

</script>

放入 **Iframe**：

* 1. 将上述内容放入 copyright.htm 文件中。
	2. 引用该文件。

<iframe src=”copyright.htm” frameborder=”0”></iframe>

将内容放入 **Flash**：

Flash 里的内容搜索引擎也识别不了，可以将内容放在 Flash 中。

1. 使用工具检测网页相关度：

注意：这个相关度检测和Gooogle 检测方式并不相同，仅供参考。

1. 网站页面低于 60%，将保证搜索引擎收录正常。
2. 搜索引擎除了比较同一个网站的网页相似度，还要比较该网页同其他网站的网页的相似度。所以要增加原创内容，减少转载内容。

什么是 **Google** 炸弹

Google 炸弹（Google Bombing）指的是这样一种情况：

1. 数目众多的网页链接指向某一个 URL
2. 这些链接都使用特定关键词做链接文字
3. 被链接的 URL 中一般并不包含这个关键词，内容和这个关键词也基本无关
4. 达到的效果就是这个被链接的 URL 在这个特定关键词下，搜索引擎排名急剧上升，很多时候都排到第一

Google 炸弹大部分都是出于恶作剧，政治目的，做实验等。

Google 炸弹的实现是基于搜索引擎排名算法中的两个事实：

1. 外部链接是排名的重要因素之一
2. 链接文字很多时候比链接数量更重要

所以当有大量包含特定关键词的链接指向某一个网页的时候，这个网页就算没提到这个关键词，排名也会非常好。

**Google** 修改算法消除 **Google** 炸弹

07 年 1 月，Google 对算法做了修正，防止 Google 炸弹的发生。对具体算法 Google 并没做出解释，

也不太可能解释，因为这涉及到了 Google 算法中非常核心的部分。

众所周知，链接是 Google 排名中最重要的因素之一。那么这些链接中哪些会被赋予权重？哪些会降权？当然不会告诉我们。

在 Google 做了这个调整以后，大部分 Google 炸弹现象消失了。搜索“miserable failure”的时候，白宫的网页已经找不到了。

猜想 Google 预防 Google 炸弹的考虑有这么几项：

1. 短时间内大量外部链接指向某个网页时，有可能是 Google 炸弹
2. 这个网页并没有提到这些链接中所用的关键词
3. 如果这个关键词是负面的

如何提交 **DMOZ**？

提交步骤：

DMOZ 地址：<http://dmoz.org/>

一，根据网站性质，点击进入相应目录。首先先找好一个目录，一定要找到适合你网站的内容目录，要不然提交了也没有戏。一个更关键的就是看看这个网站有没有编辑，就在页面的最下面，看看这个类别有没有更新，这就看你是否用心了，一般的 dmoz 是每周更新一次，一般每周都能够有变化，有变化的肯定编辑员很活跃了，那就可以大胆的提交了。

二，是写好你的网站描述，一定要符合你的网站主题。如果你的网站是垃圾网站就别想了。

三，就是确保你的网站有效，网速要快，网页布局要好，图片连接都要有效。

四，就是不要重复提交，不要同时提交到多个目录。这里面有个小的诀窍，大目录下不能提交多个目录，可以同时在不同的大目录下提交，但不能够在一个目录下提交多次。如果你发现一个月后没有收录你的网站，重新组织你的语言再次提交。

五，提交之后两个事情要做的。一是给编辑员留言，二是到论坛留言。dmoz 给每个编辑员都设计的有留言薄，说话一定要客气呀，有的编辑还留下了自己的 mail 和其他联系方式，这样一定要抓住每一个提醒编辑员的机会。论坛留言的话就按照我下面的格式写就 ok 了。然后给这个类目的编辑员发信息提醒他有新的网站提交。做完这一切后，最好的方法是忘记这件事情，因为等待是最无聊的一件事情，而提交 DMOZ 最大的特点就是等待，实际上很难做到不去想不去看，呵呵，尽量忘记吧，说不定有天你能发现惊喜。

尊敬的类别编辑员:

您好!

首先感谢您的无私奉献!

我的网站已经提交到您所编辑的目录下了,提交信息如下:

提交类别：详细的分类

网址:\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*网站名称：\*\*\*\*

网站描述：\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

万分感激！

### 如何进行友情链接？

1. 交换链接的基础是你的网站内容具有较高质量，否则请求链接不容易成功。
2. 具体找网站呢，方式就很多了，比如在 QQ 群里面找朋友啦，参加一些 SEO 的聚会啦，在站长论坛发帖、发邮件等等方式和他们交换链接。
3. 获得网站链接后，再对其进行链接分析是否属于高质量链接。诸如流量 ALEXA 排名、PR 值高低、此网站的友情链接（说不定你还可以与他的友情链接进行交换）；外出链接数、链接网站的质量，都是考察的基本条件。如果有下列现象的就不要增加链接了：
	1. 已经加入太多导出链接的网站。
	2. 链接是加入到 js、iframe、flash 里面的。
	3. 网站有 SEO 作弊的现象，比如堆砌关键词、加入链接基地等等。
	4. 网站内容非法。
4. 将对方的链接加入链接页面，最好是首页，或者与对方同级的链接页面。
5. 然后给对方写交换链接信，交换信内容不宜过多，幅尽量保持在 150 字以内。内容包括：
	1. 如何找到对方的网站，对方网站的优点，要真诚的赞美。
	2. 你网站的介绍，以及交换链接后，给对方带来的好处；
	3. 链接中要加上所优化的关链字、链接地址；实例：

您好！我是在Google上发现你的网站的，作为一个个人网站，贵站确实十分优秀，特别在是原创内容方面。我也有一个个人网站，是关于搜索引擎优化方面的,期望与贵网站进行友情链接，大家 彼此互相 学习，共 同进步。 我已经建 立了与贵 站的链接 ，网 址 是 ： 域名，如果你也愿意与我交换链接，请以 “SEO培训”为链接文字，网址：域名 谢谢！

1. 耐心等待对方管理员回复。通常当你发出请求，对方不会立即有答复，如果管理员不是很懒的话，一般在一个星期内会对你的请求回应。如果在一个星期内还得不到对方的回应，会有以下的两个可能：

A：由于种种原因，对方拒绝与你交换链接。 B：也是由于种种的原因，对方可能还没有收到你的来信。

面对以上的情况，解决方法就是再次给对方发出请求，并说明你已经跟他交换了链接多久等等

（这就要看你个人的技巧了）。如果再过多一个星期还没有回应的话，那么你就应该把他的链接也去除。

1. 友情链接增加成功后，要经常对链接网站进行复查，即重复第 3 步操作，避免由于对方网站作弊导致自己受到连带责任。

### 关于恶意软件警告：“该网站可能含有恶意软件，有可能会危害您的电脑。”

1. 发现木马。
	1. 如果在浏览自己网站的时候，发现弹出未知的网址。
	2. 同时有可能出现病毒提示。
	3. 查看网站页面代码，发现有未知的 iframe 代码。

以上说明你的网站被嵌入木马了。

1. 短时间发现后处理。
	1. 立即检查网站代码，以嵌入的域名为关键词搜索。找到出现这个代码的页面，删除代码。
	2. 如果未发现染毒的文件，在服务器上浏览该页面，查看源代码，如果没有发现木马代码，请立即咨询你的服务器管理员，可能是路由器中毒了。
	3. 立即在网站根目录下的 robots.txt 文件中增加下列代码：

User-agent: \* Disallow: /

禁止所有的搜索引擎访问网站，避免因在染毒时被搜索引擎收录。通常病毒是不会加在

robots.txt 文件里面的。

1. 如果发现比较晚，导致 Google 收录，会在 Google 搜索结果里面显示提醒信息。

出现这样的结果，用户也不会点击的。处理：

1. 登录Google网站管理员工具。
2. 点击右侧工具下的请求重新审核，并按照步骤操作。
3. 对于经常遇到网站代码没有改变，而网页有木马，通常是受到了Arp攻击，建议安装Arp防火墙。