



百搜（北京）科技有限公司（版权所有）
SEO 优化白皮书-2025（专业版）共计 112 页

目录 (Contents)

第一章 SEO 概述.....	6
1、SEO 是什么.....	6
2、SEO 的作用.....	7
第二章 搜索引擎揭秘.....	10
1、搜索引擎的工作原理.....	10
2、常用的高级搜索引擎指令和使用方法.....	10
3、搜索结果与用户点击的关系.....	13
4、搜索引擎喜欢的网站性质.....	15
第三章 网站做 SEO 的准备.....	16
1、网站域名.....	16
2、主机空间.....	17
3、域名备案.....	19
4、网站搭建.....	19
5、网站的头部.....	20
6、网站的导航.....	20
7、网站的内容.....	20
8、网站的底部.....	21
第四章 网站关键词选取和布局.....	22
1、网站目标定位的关键词.....	22
2、选择质量高的关键词.....	22
3、避免定位模糊的关键词.....	22
4、更好转化效果的关键词.....	23
5、目标定位的关键词.....	23
6、搜索引擎提示的关键词.....	23
7、长尾关键词工具挖掘.....	24
8、关键词分配技巧.....	25
9、关键词的布局分析.....	25
10、关键词的表现形式.....	26
11、关键词的密度分析.....	27

12、网站 title 关键词优化.....	27
13、网站 Description 的关键词优化.....	28
14、网站 Keywords 的关键词优化.....	29
第五章 网站内部优化.....	29
1、程序及代码优化-- 站内整体架构.....	29
2、程序及代码优化-- 减少程序代码的冗余.....	30
3、网站页面结构-- 扁平物理结构.....	32
4、网站页面结构-- 树状物理结构.....	32
5、网站导航目录优化-- 导航结构清晰化.....	33
6、网站导航目录优化-- 目录结构精简化.....	34
7、网站地图 SiteMap 优化-- 认识网站地图.....	34
8、网站地图 SiteMap 优化-- 建立 XML 网站地图.....	35
9、网站地图 SiteMap 优化-- 提交网站地图给搜索引擎.....	38
10、网站内部权重怎么传导-- 链接指向重点页面.....	39
11、网站内部权重怎么传导-- 减少非目标页面权重导入.....	39
12、网站内部权重怎么传导-- 相关页面链接传递权重.....	40
13、禁止收录与跟踪-- Robots 文件优化.....	40
14、禁止收录与跟踪-- Nofollow 优化.....	41
15、URL 优化方法-- 减少 URL 的层次及长度.....	42
16、URL 优化方法-- URL 的内容含关键词.....	42
17、URL 优化方法-- URL 静态化.....	42
18、页面内容优化-- H 标签的关键词优化.....	43
19、页面内容优化-- 图片 ALT 的关键词优化.....	44
20、页面内容优化-- 关键词的出现位置和展现形式.....	45
21、页面内容优化-- 黑体及加粗关键词.....	45
22、页面内容优化-- 内部链接锚文本.....	46
23、页面内容优化-- 避免关键词堆砌.....	47
24、HTTP 状态码-- 常见的 HTTP 状态码.....	47
25、HTTP 状态码-- 建立必要的 404 页面.....	47
26、HTTP 状态码-- 域名必要的 301 重定向.....	48
第六章 网站外部优化.....	49
1、外部链接是什么.....	49

2、反链是什么？	50
3、反链与外链的区别与关系	50
4、外部链接有什么作用	50
5、外链的表现形式	51
(1) 锚文本链接	51
(2) 超链接	52
(3) 纯文本链接	52
(4) 图片链接	52
6、外部链接建设规范	53
(1) 外链形式价值优先级	53
(2) 关键词优化应用技巧	54
(3) 外部链接建设规范	54
第七章 SEO 站长工具介绍	60
1、Chinaz、爱站工具	60
2、百度统计	62
3、百度指数	68
4、关键词规划师	72
5、百度站长工具	74
6、光年日志分析器	79
第八章 网站与安全	81
1、主机服务器安全	81
2、网站数据与隐私	82
3、网站被黑挂马查询	86
4、风险预防与规避	90
第九章 网站分析方法	92
1、竞争对手分析	92
2、关键词排名监控	92
3、网站日常分析方法	93
4、关键词数据统计分析	93
5、网站流量分析	94
6、网站权重分析	95
7、网站收录分析	97

8、页面收录分析	98
9、用户行为分析	100
第十章 网站常见问题解析	104
1、网站有死链	104
2、网站被黑挂马	106
3、被黑之后处理方法	107
4、网站被降权	107
5、网站进入沙盒	110
6、快照回档	111

第一章 SEO 概述

1、SEO 是什么

SEO (Search Engine Optimization, 搜索引擎优化) 是一种利用搜索引擎的排名规则, 也就是我们俗称的网站排名优化、搜索引擎优化、快照推广、关键词优化 (常见的搜索引擎有: 百度、360、搜狗、谷歌)。

SEO 是一种利用搜索引擎的排名规则算法技术, 来提升目标网站 (例如: www.bs00.com.cn) 在自然搜索结果中的关键词排名、收录数量和网站权重, 其目的是为了从搜索引擎中, 获得更多的免费流量, 以及更好的展现形象, 从而获取客户咨询转化。



图 1.0

图 1.0 中, 显示“广告”字样为百度竞价推广、显示“百度快照”字样为 SEO 优化自然排名。

简单地说，搜索引擎优化是提升关键词（例如：SEO 外包）自然搜索排名获得流量，且提供给用户有价值的信息。SEO 优化分为站长能控制的网站内部优化，以及网站本身以外的外部优化两个部分。

2、SEO 的作用

帮助企业实现产品销售盈利。大多数企业网站并不做广告，基本都是宣传自身公司形象，或者销售自己的产品。在这个互联网的时代里，做什么都不可能只有一家，因此在网络上的竞争也是非常巨大的。

要想宣传公司、销售产品就必须让网站被更多的人看到，而 SEO 的作用就是让网站给更多的人看到。利用 SEO 能让更多人获得公司的销售信息，通常这些人都是通过搜索相关关键词进入网站，这些都是有潜在购买意图的用户，**能提升企业的销售业绩。**



图 1.1

如图 1.1，搜索“呼叫中心”产品关键词，出现我们的客户“合力亿捷”的企业官网。

SEO 能给网站带来流量，这不奇怪，大多数从事互联网的人都知道。但是 SEO 并不像普通认识那样片面，SEO 带来的流量总是暂时的，而让更多的人知道网站才是长久的，**这就是树立企业品牌。**

品牌推广最受社会认可的方式是广告，而 SEO 的效果就是广告，是将网站页面提升到关键词排名的前列，从而让网站获得更多的展示机会，相当于在搜索引擎中做广告。如图 1.2，百度搜索“呼叫中心”关键词的结果，本来不知道这些网站，但是通过搜索认识了这几个“呼叫中心”的公司品牌，企业网站也是相同道理。



图 1.2

在竞争激烈的互联网中，网站或公司不可能全部是正面信息，也有用户或者竞争对手的负面评价。当这些负面信息获得很好排名的时候，公司或者网站品牌就受到严重影响。

而绝大多数的消费者，在不了解产品的情况下，大家都会在网上搜索产品的相关信息，而最直接的方式就是 XX 好不好？XX 怎么样？等方式，如果搜索结果出现很多负面信息，那么就会失去消费者的信任，消费者也就不会再进行购买，即使最后能够达成交易，那么过程肯定也更加的复杂。而利用 SEO 当中的“百度知道”就是非常好的一个方法，如图 1.3。



图 1.3

除了“百度知道”方法之外，还可以利用软文推广、知乎问答、天涯问答等多种方式。

第二章 搜索引擎揭秘

1、搜索引擎的工作原理

搜索引擎的基础是有大量网页的信息数据库，这是决定搜索引擎整体质量的一个重要指标。如果搜索引擎的网页信息量小，那么供用户选择的搜索结果就少，而大量的网页信息能更好的满足用户的搜索需求。

要获得大量网页信息的数据库，搜索引擎就必须收集网络资源，这项工作是通过搜索引擎的网络漫游器（Crawler），在互联网中各个网页爬行并抓取信息。

这种爬行并收集信息的程序，通常搜索引擎称为蜘蛛（Spider）或者机器人（Bot）。工作原理如图 2.1。

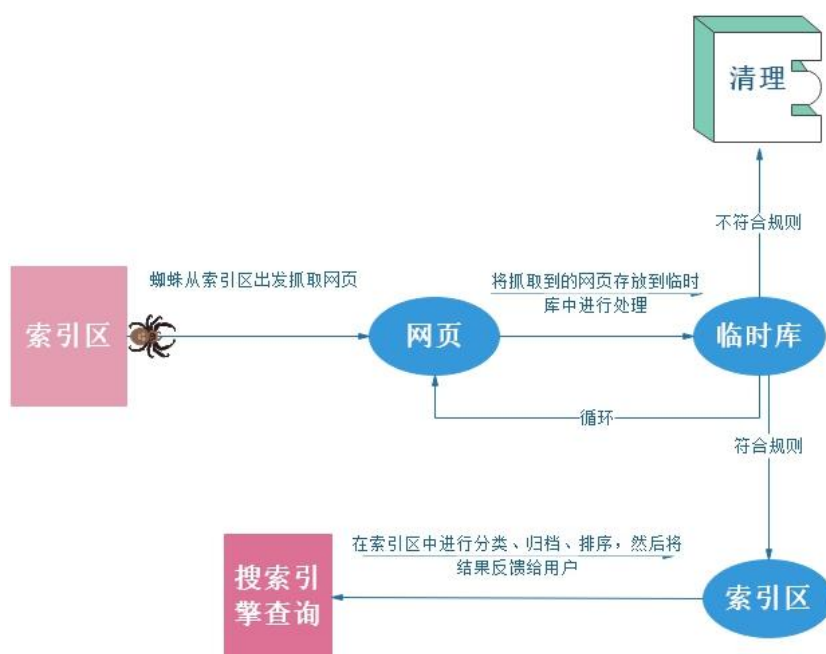


图 2.1

2、常用的高级搜索引擎指令和使用方法

常用的高级搜索引擎指令：

(1) 双引号（“关键词”）

双引号表示搜索词与结果中出现的关键词完全匹配，包括词组的位置和顺序，即输入的搜索词不会被拆分。



图 2.2

(2) 加号 (关键词+关键词)

加号为“并”的意思，表示搜索结果中同时含有多个词，可以是两个，甚至更多。



图 2.3

(3) 减号 (关键词 -不需要的关键词)

减号表示搜索不含有减号后面词汇的结果，也就是在搜索结果中仅包含减号之前词汇，含有减号之后词汇的结果被过滤掉了。需要注意的是在减号之前必须添加空格，减号之后直接加上排除的词汇。

(4) 竖号（关键词|关键词）

竖号是“或”的意思，表示搜索结果中含有多个关键词中的一个即可，不能同时含有这些词。

(5) Site (site:www.hollycrm.com)

Site 指令是搜索某个域名下被搜索引擎收录的所有文件，这也是最直接查询网站被收录文件的方法，但是 Site 指令的查询结果并不十分准确，查询结果有随机性，或者只是收录文件的一部分，因为这些不确定性，所以 Site 指令查询只能作为参考。

高级搜索引擎指令：

(1) 检查网站首页是否在第一

检查网站首页是否在第一，如果不是在第一，那么域名就是被降权了。同样使用 Site 指令，适用于所有搜索引擎，如命令“site:www.hollycrm.com”。



图 2.4

(2) 查看网站首页的快照时间

查询首页快照时间，也可单独使用 Site 指令，适用于所有搜索引擎，如命令“site:www.hollycrm.com”，在搜索结果中点击“百度快照”。



图 2.5

3、搜索结果与用户点击的关系

(1) 搜索引擎搜索结果界面的特点

搜索引擎结果界面是每个使用者都非常熟悉的，对于站长及 SEO 工作人员来说，需要了解的就更多，包括搜索结果各部分的内容，内容中每一项信息的含义、各种搜索结果形式等，以帮助 SEO 工作更好的优化网页内容，对搜索引擎更为友好。

多数搜索引擎的结果界面是相同的，整体布局也大致相同，这里我们主要讲解一下百度的搜索结果界面，如图 2.6 其中红色部分表示广告内容，也就是常说的竞价排名；蓝色部分表示自然排名的搜索结果，这一点首先要分清楚。



图 2.6

实际上不同搜索引擎的搜索界面并没有太大区别，但在每个搜索结果的展示上，每个搜索引擎都有所不同，这里继续以百度为例。如图 2.7，百度网页的搜索结果，它们含有 Title、Description、URL 或熊掌 ID 等内容，百度结果的 Title（红色部分）显示的最长 30 个汉字，搜索关键词会加红色处理，Description（蓝色部分）为 78 个汉字以内，搜索词也会以红色提示，URL 或熊掌 ID（橙色部分）直接显示，另外还有当网页无法打开时备用的快照页面。无论是百度还是其他搜索引擎在 Description 都应尽量少于给出的标准字数，以免出现标题被切断的问题。有的搜索引擎还提供网页预览的功能，不需要点击也可查看网页大概内容。

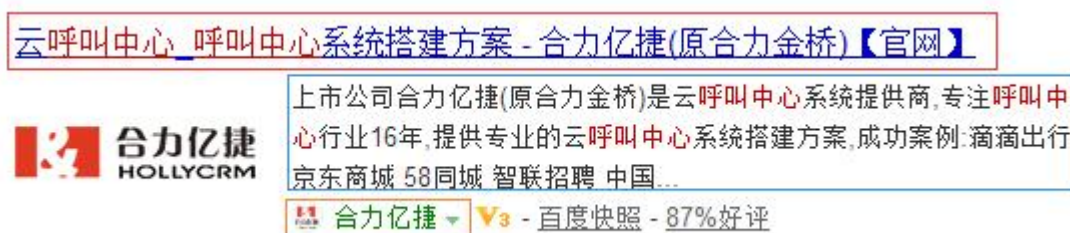


图 2.7

(2) 用户习惯

用户浏览和点击搜索结果可能并不是按照顺序的，也不是每个都会点击。每个用户浏览和点击习惯都各有不同，而从整体用户浏览点击的习惯来看，这其中还是有很大的规律性，这种规律性就是 SEOer 需要了解的，从而更好的做好排名计划。

一般搜索结果的第一页点击率高达近 90%，也就是后面页数的结果，被点击的几率相比第一页低很多，SEO 工作人员优化时尽量将目标定在结果首页，而且最好是排名第一，因为第一获得的流量往往是第二的几倍之多。



图 2.8

(3) 影响点击

影响用户点击搜索结果的因素很多，排名是其中最重要的因素，但并不是全部的因素，其中搜索结果同样对用户点击有一定影响，如 Title、Description 书写，合并的结果、站内链接、多媒体内容、框计算等都能使用户更愿意点击，其中合并的结果、站内链接、多媒体内容、框计算等结果形式，一般大站才会出现，所以相比之下 Title、Description 书写的影响更广，实现难度更低，这里做主要介绍。

在网站优化过程中，很多人往往执着于迎合搜索引擎，很多 Title、Description 都是为了给搜索引擎看，而不是给真正的用户看，忽略了 Title、Description 对用户的吸引力，甚至连基本的通顺度都没有，用户体验极差。这样的搜索结果相对于精炼的文案缺乏吸引力，用户点击的欲望就不高，这也是 SEOer 过分追求排名，忽视了真正用户友好的不利影响。

对于 Title、Description 优化，应借鉴竞价排名的经验。因为竞价排名搜索引擎并不会分析网页内容，在价格相差不大的情况下，会对广告主设定的标题和描述进行分析，然后确定最终排名。而且竞价排名的标题和描述都要求有更大的吸引力，在众多的竞价对手中脱颖而出并不容易，更好的文案将直接决定用户是否会点击。用写竞价排名文案的方法，写自然排名的 Title、Description 能相对获得更多的点击量。

网页 Title、Description 的书写，要注意精炼、通顺且有主题针对性。精炼的标题能让用户在最短的时间内阅读完；通顺的句子有利于用户更轻松的理解标题的意思；而关键的主题针对性是用户是否愿意点击的重要因素，使标题更贴合用户查询的信息，也就是完整展示关键词，要使文字更有吸引力，就需要了解用户心理。用户通常都想点击的这个企业是最好的，也就是更突出特点和优势，例如“云呼叫中心_呼叫中心系统搭建方案-合力亿捷(原合力金桥)【官网】”相比“呼叫中心,呼叫中心系统,客服呼叫中心,北京 XX 呼叫中心软件提供商”，这种更吸引用户点击。

4、搜索引擎喜欢的网站性质

内容相关性

(1) 网站内部关键词的相关性，如网站主题性、网页 Title、Description、H 标签、图片 Alt 标签、加粗字体等因素的关键词相关性；

(2) 内部链接的关键词相关性，如内部链接的锚文本、内部链接布局等；

(3) 外部链接的关键词相关性，如外链锚文本、外链网页主题性、外链网站主题性等。

网页权威性

主要评价标准有内部权威性和链接权威性。内部权威性包括网站权重值、网页权重值、网页内容原创度、网页内容拼写、域名年龄、是否有惩罚记录、网站更新速度、网站稳定性、网站响应速度、网站版权信息等。

链接权威性包括外链的数量、相关主题网站的外链数量、外链的年龄、外链网站的权重值、外链网站的年龄、外链网站域名的特殊性、外链网站更新频率、外链网站的收录数量等。

网站实用性

从用户感受而言，这是一种很主观的东西，难以量化，只能通过数据得出一个大致的标准，如网页响应速度、网页是否有弹窗广告、网站的结构层次是否清晰、网站导航系统是否完善、网站查找内容是否方便等因素。

从用户反应而言，也可以判断网站的实用性，如网站的 IP 流量、网站的 PV 量、用户浏览的时间、用户在搜索引擎点击网站的行为数据、加入书签的次数等因素。

第三章 网站做 SEO 的准备

1、网站域名

域名选取的原则

在选取域名的时候，首先要遵循两个基本原则。

(1) **域名应该简单易记，便于输入**，这是判断域名好坏最重要的因素。一个好的域名应该短而顺口，便于记忆，最好让人看一眼就能记住，而且读起来发音清晰，不会导致拼写错误。此外，域名选取还要避免同音异义词。

(2) **域名要有一定的内涵和意义**，用有一定意义和内涵的词或词组作域名，不但便于辨识及记忆，而且有助于实现企业的营销目标。例如企业的名称、产品名称、商标名、品牌名等都是不错的选择，这样能够使企业的网络营销目标和非网络营销目标达成一致。

其中最适合 SEO 的域名就是使用企业的产品词，在没有可选择的产品词域名情况之下再选择使用企业的品牌词，举个简单例子：

公司：百搜（北京）科技有限公司

服务：SEO 外包

域名：www.bsoo.com.cn

域名选取的注意事项

- (1) 提前了解域名价格时长：必须知道域名注册和续费的价格是多少、注册年限是多少、交钱后域名多长时间能够注册成功。
- (2) 域名的管理权限问题：注册域名之后是否拥有域名管理密码、可否进行域名基本信息更改（除域名所有人以外的信息）、是否允许自由转出转入，以保护自己的无形资产不会因注册商的服务中断而导致损失。
- (3) 域名安全与产权方面来说：一定要正确填写域名的所有人，这关系到域名的产权问题及以后的域名过户、转移注册商等问题。
- (4) 注册商所提供的服务：能否修改 DNS、域名解析是否要收费，切记莫贪图一时的便宜，而带来后续诸多费用的产生和不便。在便宜的同时不减服务才是最正规的服务商。
- (5) 域名注册的时间审查，域名提示注册成功之后，一定要通过 whois 信息查询域名的注册信息是否与自己提交的相同。
- (6) 尽量选择国内外知名的域名服务商，域名服务能够安全稳定，注册购买域名的平台商要有相关资质，避免平台关服后圈走自己的资产。

2、主机空间

什么是主机空间

简单的说就是储存网站数据的地方，不同的主机运营商种类也比较多种多样，有些叫“虚拟主机、云主机、空间主机”等等。从功能和价格上还分为独享主机、共享主机、云主机等。



图 3.1

相比虚拟主机，价格更高的就是“服务器”。种类有“云服务器、VPS 服务器”。在购买网站主机空间的时间，需要根据自身网站的业务和访问量选择相应的空间来搭建网站。



图 3.2

选购主机时，主要考虑的因素

(1) 网站程序的开发语言与运行环境：主机是存放网站程序的地方，因此在选购主机时的第一考虑因素是该主机是否能够满足网站程序的良好运行。简单地说，开发语言为 ASP 或 .NET，一般选购操作系统为 Windows 的主机；开发语言为 PHP 或 JSP，一般选购操作系统为 Linux 或 UNIX 的主机。进一步需要考虑的是该主机是否支持数据库，支持何种类型的数据库，数据库大小为多少等。

(2) 网站空间的大小：网站空间的大小可能是众多站长首次选购主机重点关注的一个指标，很多 IDC 服务商也常常强调该数据来吸引客户。其实，空间的大小主要与站点的内容有很大的关系，除非是图片、视频之类的站点，一般大小的空间大都可以满足站点的日常需要，无须过分追求该数据（[建议选用阿里云/华为云服务器](#)）。

(3) 流量大小：用户在打开网站的任何页面时都会或多或少产生流量，IDC 服务商出于资源分配平衡的考虑，都会对这些流量加以限制。因此，在选购主机时，要估算站点的访问数量及其流量的消耗，避免因为流量过大而被 IDC 服务商关闭主机或限制速度。

(4) 链接数：链接数是指在同时接受申请进而打开网站首页的访问人数。链接数的大小直接关系到虚拟主机上用户网站的登录访问水平。如果将链接数限制得太少，那么能同时访问用户网站的人数就会受到限制，进而出现访客等待时间过长等不正常情况。通常在 Windows 主机中会出现 IIS 链接数限制。

(5) 主机访问速度：在选购主机时，这一指标为站长所看重，但一般缺乏有效的手段去真实地衡量，只能根据 IDC 服务商的水平和服务器的位置进行判断。一般来说，如果站点主要面向国内用户，则宜选择国内主机；若站点浏览者多为国外访客，可考虑选择国外主机。需要提醒读者的是，选择国内主机时，要注意该主机是否支持电信和网通的双线路，在仅支持一条线路时，可能会造成另一条线路的用户访问站点时不够顺畅的问题。

独享基础版

新品

¥498/年 送域名

新人券后价：¥468，领券省30>>

5G 空间大小	独享单核 CPU	独享1G 内存	独享6M 带宽
------------	-------------	------------	------------

操作系统: Windows、Linux-Apache/2.4

数据库: 500M (MSSQL/MySQL)

赠送邮箱: 5G

流量大小: ☒ 国内机房(200G/月) ☐ 香港国际机房(80G/月)

买2年送1年，买3年送2年!

[立即购买](#)

[查看更多虚拟主机型号>>](#)

独享标准版

新品

¥698/年 送域名

新人券后价：¥648，领券省50>>

20G 空间大小	独享单核 CPU	独享1G 内存	独享12M 带宽
-------------	-------------	------------	-------------

操作系统: Windows、Linux-Apache/2.4

数据库: 1G (MSSQL/MySQL)

赠送邮箱: 5G

流量大小: ☒ 国内机房(500G/月) ☐ 香港国际机房(100G/月)

买2年送1年，买3年送2年!

[立即购买](#)

[查看更多虚拟主机型号>>](#)

图 3.3

3、域名备案

什么是域名备案

简单说就是给你的域名、网站一个“身份备案”，是网站上线之前不可或缺的一步，而这个只针对使用国内的网站主机，如果使用非大陆的主机（例如香港主机），那么是不需要备案也能够让网站上线，但是存在的问题就是网站打开速度非常慢，因此用户的体验无论从任何一个角度而言，**备案时选择的服务器速度快，会被搜索引擎更加看好**。例如阿里云旗下的网站主机（网址：aliyun.com），是目前国内性能最好的，无论是主机购买、域名购买、域名备案都能够在阿里云平台进行操作。



图 3.4

4、网站搭建

符合 SEO 优化特征的网站要求

（由于网站建设方面涉及到源码，因此这里只是简单讲一下特征，具体可根据这些特征与网站建设人员进行沟通）。

（1）网站的目录结构必须要清晰

整个网站的架构以及目录设计要清晰，复杂的目录很有可能会使得搜索引擎迷失方向，以至于会错过一些网站的信息。网站的目录层级切记不要太深，建议网站上的所有页面最多别超过 5 次点击就能达到。越是重要的网页放在越顶层的目录里，这样既可以提高收录速度，同时也会提高相应页面的权重。

（2）网站的内部链接要形成网状结构

一个好的内部链接网络能够提升网站的权重，也能够提高搜索引擎对网站的收录量和收录速度。一个好的内部链接结构要做到每个页面都应该出现指向主页或重要页面的链接。在文章的内容页，可以增加一些相关链接。

（3）网页的命名要有一定的意义

网站制作建议使用与网页内容或网页关键词相关的英文或拼音作为网页的名称，这样有助于网站的关键词排名。

(4) 给网站做一个网站地图

网站地图实际上就是一个页面，上面汇总了网站中各个频道页面和重要页面的链接。对于结构比较复杂、页面比较多的网站，这一点尤为重点。通过这样一个网站地图，能够保证搜索引擎到达所有重要页面并进行内容的抓取。有些搜索引擎需要网站提交 xml 格式的网站地图，那么网站制作人员可以用一些专业的 xml 生成工具制作相应的文件，并提交至搜索引擎。

(5) 重要网页避免使用大篇幅的 flash 和图片

目前搜索引擎对于 flash 和图片还无法读取，所以应当根据实际情况适当使用，而不要用大篇幅的图片或 flash 来代替文字信息。对于一些图片链接，最好附上相应的文字说明或文字链接。

(6) JS 代码和 CSS 代码放在单独的文件中

JS 代码和 CSS 代码搜索引擎本身是不去读取的，如果放在 HTML 文档中，就会使原来的文档结构变得复杂化，也大大增加了文件的体积，这些对于搜索引擎来说都是不友好的。所以建议将所有的 JS 代码和 CSS 代码都写在单独的外部文件中。

5、网站的头部

网站头部比较简单，做到精简就可以。一般放置企业 LOGO，名称，后面放一个联系方式（注：联系方式一定要放在网站页面打开的第一屏，方便用户咨询）。

6、网站的导航

导航内容：以用户实际点击来看，其对企业站的需求基本锁定在首页，产品，案例、技术、联系我们等几栏目上面。所以在布局时除了这几个栏目，一般建议不需要再放其他的任何栏目。

面包屑路径：面包屑路径属于子导航类型，形式一般为 首页 > 一级目录名称 > 二级目录名称 > 当前位置，其作用就是告诉用户，现在访问的位置以及如何返回上一层页面。设计这种导航在点击时最好是在当前页面打开。

还有一个**很重要的作用就是方便搜索引擎蜘蛛的抓取**。因为蜘蛛的工作流程是通过抓取网页的 url 层层往下抓取。具体细节抓取逻辑还分为：深度优先、广度优先，比较深奥，这里不深入研究。

7、网站的内容

首页内容：网站内容必需遵行 F 型浏览规则（大多数情况下浏览者都不由自主的以“F”形状的模式阅读网页，这种基本恒定的阅读习惯决定了网页呈现 F 形的关注热度），对于企业站，把重要的内容（如产品站就放产品、服务站就服务内容或者技术内容）放置网站左上角的位置。其余内容根据重要程序按 F 型浏览规则排列。

内页：内页的布局相对简单一些，把产品介绍最好使用图文结合的方式，用户会了解得更清楚。当然一定要记得把联系方式放在右侧，[做一个企业站](#)，[我们最终的目的就是把产品卖出去](#)。客户了解产品的同时，及时把联系方式告诉他，会更有助于我们成交。

8、网站的底部

底部的内容无非就是版权信息，公司名字等。但样版文字在网页内容所占的比例太高的话，会导致网页相似度太高，严重影响网站排名，切记，[网页底部一写要简洁扼要](#)。

第四章 网站关键词选取和布局

1、网站目标定位的关键词

每个网站都有市场定位，针对搜索引擎来说，其市场定位往往反应在网站的关键词上，也就是网站的目标定位关键词。

网站目标定位关键词是网站计划的一部分，而且是关键词计划中最重要的词，一般这类词是网站优化目标的最大反应。如“合力亿捷”（百搜科技 2018 年客户）<https://www.hollycrm.com/>，网站里面的关键词包含“呼叫中心”、“呼叫中心系统”，那么这两个是该网站的目标定位，所以这两个延伸的关键词就是网站的目标定位关键词。

网站目标定位关键词，通常是网站首页的几个优化关键词（一般三到五个关键词），也就是主关键词，所以在选择时，要选择最主要的关键词。关键词定位一般有三种类型，分别是销售类、品牌类、流量类。

2、选择质量高的关键词

流量型的高质量关键词，一般是搜索次数高、相关网页少、高权重网页少、竞争网页匹配度低的关键词。

销售型的高质量关键词，除了要具有流量型高质量关键词的特点，还要关键词的相关性高、购买意向突出。

品牌型的高质量关键词应该包含品牌全称、品牌词的扩展、品牌词的相关写法、品牌词英语或拼音等。

以“合力亿捷”公司举例说明：

- 销售类关键词：呼叫中心、呼叫中心系统、北京呼叫中心、呼叫中心搭建方案；
- 品牌类关键词：合力亿捷；
- 流量类关键词：呼叫中心如何搭建。

3、避免定位模糊的关键词

定位模糊的关键词一般是过于宽泛和定位不准的词，这类词通常**竞争较大**、**优化难度大**、**转化率低**，是网站优化中极力避免的词。如装修行业的：装修、设计、家装、公装此类关键词。

4、更好转化效果的关键词

转化效果好并不完全是网站要销售产品，这里所说的转化效果是指网站留住的用户，例如 www.hollycrm.com/callcenterprice/ 页面关键词为“呼叫中心报价”，用户通过这类关键词进入网站，一般都是带有多次进入网页的意愿，所以这类词的转化效果很好，也是高质量关键词的一种。



5、目标定位的关键词

网站的目标定位，如一个网站的定位是做“呼叫中心”的，那么[网站首页的主关键词](#)就可以是“呼叫中心、呼叫中心系统、呼叫中心搭建、呼叫中心搭建方案、呼叫中心系统方案”；

网站竞争对手的关键词挖掘，一般只需要打开竞争对手主页的源代码，查看 Title、Description、Keywords 元标签，然后记录下对方的主要关键词即可。

例如某网站的关键词定位如图 4.1：

```
<meta name="description" content="呼叫中心,呼叫中心系统,客服呼叫中心,呼叫中心软件供应商北京拓敏自主产权的全媒体呼叫三泰空调呼叫中心; 开元汽车呼叫中心; 上汽财务呼叫中心; 声广传媒呼叫中心; 珠海燃气呼叫中心; 无锡地铁呼叫中心系统等等">
<meta name="keywords" content="呼叫中心,呼叫中心系统,拓敏呼叫中心,呼叫中心软件,全媒体呼叫中心">
<title>呼叫中心,呼叫中心系统,客服呼叫中心,北京拓敏呼叫中心软件提供商</title>
```

图 4.1

将图 4.1 里面的所有对手关键词进行记录整合，之后经过筛选整理出符合网站目标的主要关键词。

6、搜索引擎提示的关键词

随意在搜索引擎搜索一个关键词的时候，在“下拉、底部”会有相关的关键词的弹出，而这些词都是与搜索词有相关的，如搜索词：呼叫中心。

头部提示结果如图 4.2：

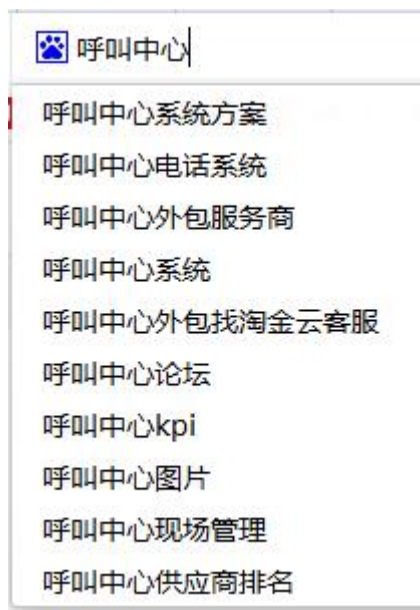


图 4.2

底部提示结果如图 4.3:

相关搜索

[呼叫中心资质](#)

[呼叫中心排名](#)

[开个呼叫中心怎么挣钱](#)

[呼叫中心的功能有哪些](#)

[呼叫中心管理平台](#)

[呼叫中心平台系统](#)

[呼叫中心系统组成](#)

[如何自建呼叫中心](#)

[圆梦云呼叫中心](#)

图 4.3

7、长尾关键词工具挖掘

挖掘长尾关键词的方法很多，最常用的是利用长尾关键词挖掘工具，对一个选定的关键词进行不断的扩展，然后生成目标关键词的各种长尾关键词。如图 4.4 (www.ciku5.com)



图 4.4 (关键词规划师)

8、关键词分配技巧

正常的关键词布局是在网站中，关键词以树状形式，分布在网站不同级别的网页上，树状型关键词的分布，主要是根据网站的页面级别与关键词级别的对应关系分布。如图 4.5：

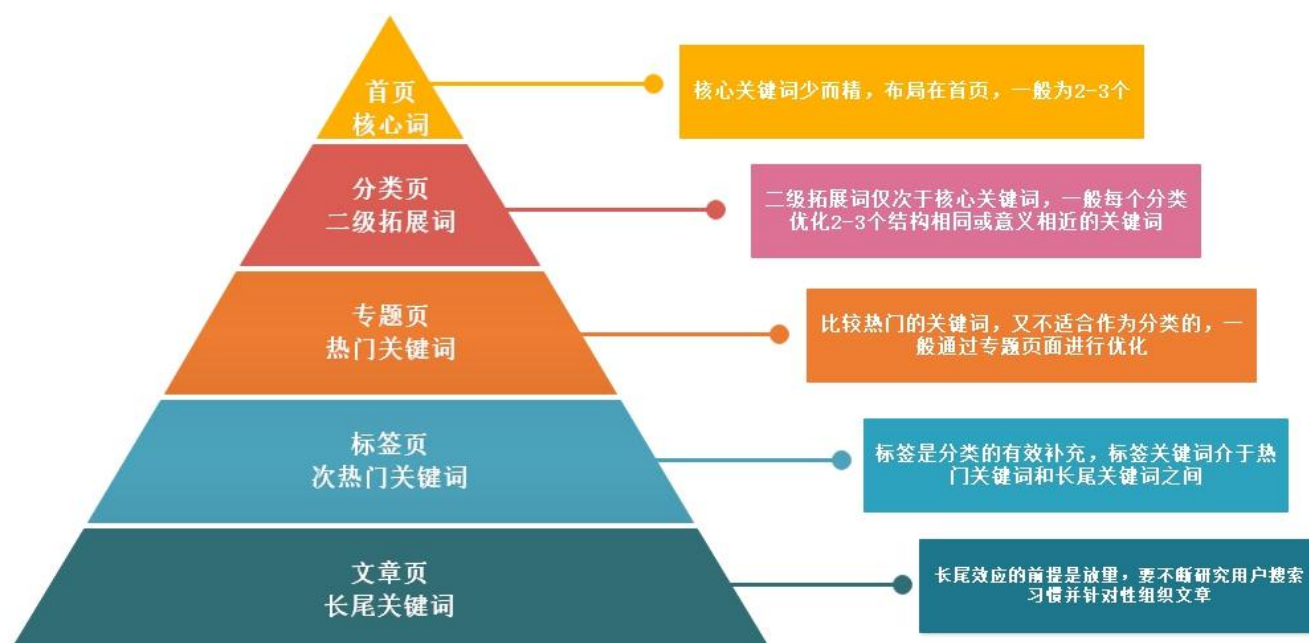


图 4.5

9、关键词的布局分析

网页 Title、Keywords、Description 元标签，正文内容的开头、文中、结尾，各板块的标题关键词，面包屑导航中的关键词、相关网页板块的关键词、图片 Alt 属性中的关键词，其它超链接中的关键词等，能够有效提升网页当中的关键词相关性，例如 <https://www.bsoo.com.cn/seofenxi/221.html> 这篇文章，关键词为“百度快照推广要多少钱”，其元标签代码如图 4.6：

```
<meta charset=gbk>
<title>百度快照推广要多少钱？【百搜科技】</title>
<meta name="keywords" content="百度快照推广要多少钱" />
<meta name="description" content="有些客户会问百度快照推广要多少钱？ 百度快照是什么？ 每个被收录的网页，在百度上都
非名，形成产品" />
<link rel="shortcut icon" href="/favicon.ico" />
```

图 4.6

这个网页的元标签都含有关键词“百度快照推广多少钱”，并且网页正文中关键词也有出现，如图 4.7 该文章正文内容中，关键词还出现在正文的锚文本中，首页关键词和栏目页关键词也有布局，并以锚文本形式进行链接，以提高首页和栏目页的关键词排名。

百度快照推广要多少钱？

每个公司收费标准不同，我们是根据关键词的难度及网站现状来进行定价，不同的行业及不同的关键词难度执行的SEO策略不同。

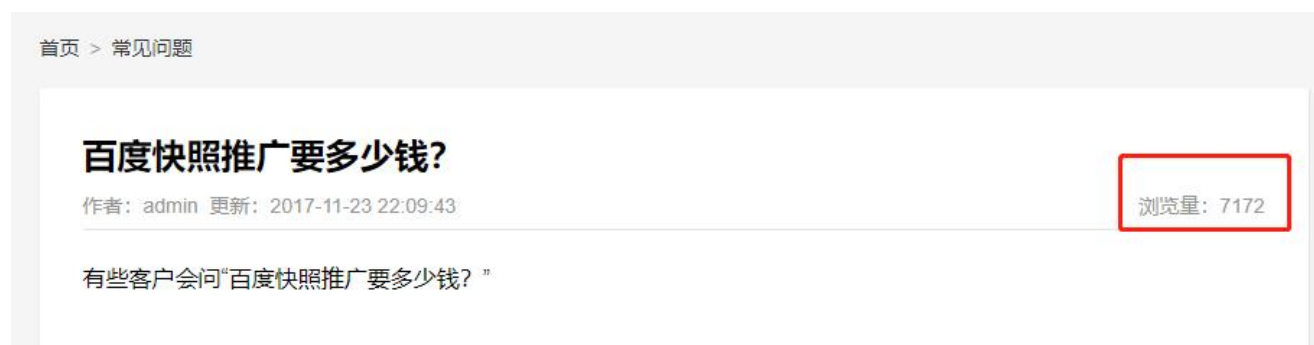
可以参考：[SEO外包价格表](#)

百度快照推广与百度竞价推广有什么区别？

- 1、百度快照则是每个被收录网页在百度上的纯文本备份，就像一张有时间戳的照片，可以通过SEO优化的方式将快照排名提升，从而达到企业推广。
- 2、百度推广是百度推出的一种付费推广手段，通过关键词竞价的方式，获得百度搜索结果的展示位置。

图 4.7

而本篇文章为网站带来访问 7172 次；



10、关键词的表现形式

从搜索引擎算法来看，布局在网页中的关键词，并不是每个都能获得相同的算法得分，有的形式关键词能获得更高的算法得分，从而影响到关键词排名。

关键词具体有多种表现形式如：锚文本文字、文章题目、H 标签、黑体文字、加粗文字、斜体文字、加色文字、普通文字、JS 文字等类型。如图 4.8 关键词的这些表现形式并不一样的权重，其中关键词效果比较好的有：文章题目、H1 标签、加粗文字、黑体文字；关键词效果一般形式的是：斜体文字、加色文字、锚文本文字；效果不好的关键词形式是：普通文字、JS 文字。

百度快照推广要多少钱？ H1标签

作者：admin 更新：2019-03-22

转载抄袭请注明本站链接，一经发现，追究全部法律责任。

有些客户会问“百度快照推广要多少钱？”

百度快照是什么？ H2标签

每个被收录的网页，在百度上都存有一个纯文本的备份，称为“百度快照”。

图 4.8

11、关键词的密度分析

通常在建设页面时，按照正常频率出现几次关键词即可，**关键词密度在 2%到 8%之间**，不用太刻意的去追求在这个范围内，不在这个范围也同样能获得好的排名。对于页面的密度可以使用爱站工具进行查询，如图 4.9：



图 4.9

12、网站 title 关键词优化

Title（网站标题）是搜索引擎获取网页内容的第一关，蜘蛛爬行抓取网页时，首先会分析到网页 Title。对 Title 进行分词索引到数据库中，前面讲搜索引擎工作原理的时候，我们已经讲到过。而据观察，尤其是百度，对于 Title 中的关键词特别重视。我们应特别注意搜索引擎的分词技术，对于 Title 排名因素的影响，将搜索引擎喜欢的加入到 Title 的书写中去。如图 4.10：

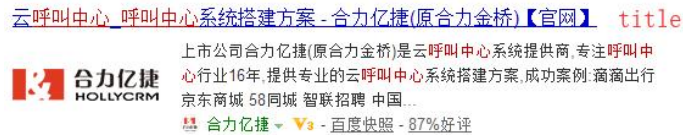


图 4.10

- (1) 首页 title 写法: 首页的 title 写法格式一般是“关键词+品牌词”;
- (2) 栏目页 title 写法: 栏目页 title 的写法有两种, 关键词名称命名写法是“栏目名称栏目关键词-品牌词”, 非关键词命名写法是:“栏目名称-品牌词”;
- (3) 分类列表页的 title 写法: 用关键词为这个栏目起名, 然后按照下列顺序填写便可了“分类列表页名称-栏目名称-品牌词”;
- (4) 侧重优化 title 写法: 写法格式一般是:“关键字_品牌词”。

在优化 Title 标签的时候, 应该注意一些问题:

- (1) 建议将最重要的描述网页主题的内容放在最前面 (影响不大);
- (2) 建议将网页的关键词放在 Title 前部分, 网站名放在 Title 的后部 (影响不大);
- (3) 不要将 Title 重复堆砌, 避免搜索引擎误判而导致降权。

13、网站 Description 的关键词优化

Description 即网页描述, Meta 标签中的一个属性。和 Title 一样, 它也是在搜索结果中每次都会出现的内容。它的重要性主要体现在判定网页的相关性, 和对网页进行说明以吸引用户点击, 但效果差于 Title 属性。如图 4.11:

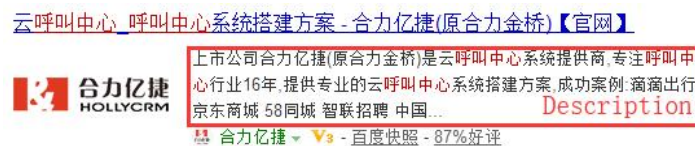


图 4.11

Description 内容应与网页主题相关, 不可堆砌罗列关键词。这个和 Title 是一样的要求, 作为搜索引擎判断网页相关性的因素。使用与网页不相关的描述和罗列堆砌关键词, 是误导搜索引擎, 影响用户体验的行为。尽量用符合网页内容的描述, 而且在书写时用连贯的句子, 适当的出现关键词即可避免每个网页的 Description 重复, 完全的重复描述, 并不能提高整个网站的相关性, 而是让搜索引擎放弃这个描述, 从而动态的抓取网页内容作为 Description, 在搜索结果中展示。如果网站中太多的描述是相同的, 搜索引擎会认为这是个质量不高的网站, 最终会影响收录和排名。因此尽量自己书写描述, 而不是随机或者使用重复的描述。

合理布局网页关键词, 将关键词自然的加入到 Description 中。如果在 Description 中, 搜索引擎找不到关键词, 就会在网页中随机抓取关键词部分, 显示在搜索结果中。因此, 在网页描述中必须要布局一些关键词, 但是不要太多, 3-4 个词就

足够了。用自然连贯的话表述出来，可以加入一些关键词的相关词在 Description 中，融入更多的吸引用户点击的宣传语言。在电子商务等需要销售产品或服务的网站，要写出自己的优势，和**用户最关心的内容**，如价格、质量、售后服务等。有针对性的将这些语言独立出来，使它们更突出，更容易被用户看到。这样网站即使排名不在第一位，同样也能获得不错的用户点击量。

14、网站 Keywords 的关键词优化

Keywords 是 Meta 标签中，最后一个需要设置的属性。虽然看似这个属性可以直接设置网页的关键词，但是百度搜索引擎现在越来越不重视 Keywords 属性了。甚至可以说 Keywords 在搜索引擎中，几乎没有作用。但是建议 Keywords 的优化还是要做，因为这是对搜索引擎的一个提示，可以使搜索引擎分词时更为准确。Keywords 在网页中无法直接看到，只有通过网页源代码查看，如图 4.12：

```
<meta name= mobile-agent content= format=html; url=http://m.hollycrm.com/ >
<title>云呼叫中心_呼叫中心系统搭建方案 - 合力亿捷(原合力金桥)【官网】</title>
<meta name="description"
    content="上市公司合力亿捷（原合力金桥）是云呼叫中心系统提供商，专注呼叫中心行业16年，提供专业的
<meta name="keywords" content="呼叫中心,云呼叫中心,呼叫中心系统,呼叫中心系统方案,呼叫中心系统搭建"/>
<meta name="baidu-site-verification" content="zfSNNJkZtWlUng9S"/>
<link rel="stylesheet" href="/assets/css/swiper.min.css">
```

图 4.12

由于 Keywords 对搜索引擎的排名，影响不大。因此，建议大概写一些重要的关键词即可，不必过多的浪费时间在 Keywords 上。在写 Keywords 时注意以下几点：

- (1) 写重点关键词，主要是为了搜索引擎分词准确。因为 Keywords 属性的重要性很低，所以不建议花太多时间在 Keywords 上，每个网页写 4 个左右的重点关键词即可。
- (2) 不重复堆砌关键词，搜索引擎对 Keywords 不重视，就是因为很多人大量堆砌关键词，试图影响搜索结果的排名。所以堆砌关键词是搜索引擎初期的技术，早已经没有用处了。
- (3) 不要频繁更改网页 Keywords 属性，虽然搜索引擎不重视 Keywords，但是如果网站内大量更改关键词，依然会使网页的排名下降。这不是因为 Keywords 会影响排名，而是因为搜索引擎会认为网站改版或者作弊，会对网站进行审查。因此，如果网页已经有了很好的排名，不管有没有写 Keywords，都不要进行修改了。

第五章 网站内部优化

1、程序及代码优化-- 站内整体架构

构建一个完整的网站内部架构，需要把握以下几个大的问题，完成以下这几点就能够搭建一个完成的网站内部架构，如图：

- (1) 网站架构的布局形式；
- (2) 网站文件位置；

(3) 链接及页面的组成问题;

(4) 避免不利 SEO 的整体结构。

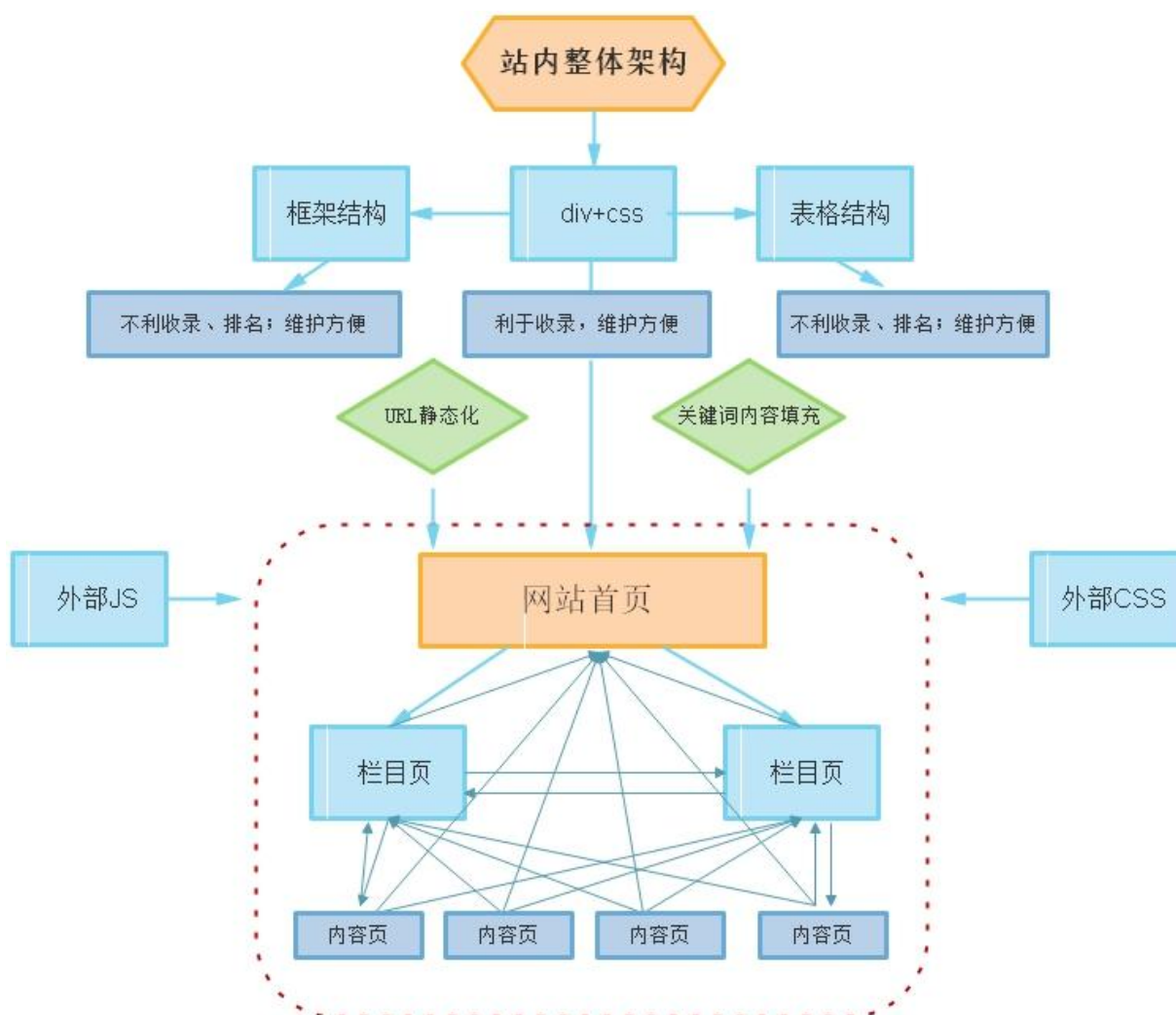


图 5.1

2、程序及代码优化-- 减少程序代码的冗余

将网站内冗余样式代码（如图 5.2）精简成标准代码（如图 5.3），不仅提高浏览器处理页面的速度，而且使搜索引擎抓取网页时，准确快速的获取网页主要内容。（对于专业的 SEO 而言，前端代码是需要学会掌握的，如果不懂前端代码，那么在做网站的时候，一定要与相关人员进行协调，很多公司在做网站的时候就往往忽略了这一点。）

```

<link rel="stylesheet" href="/assets/css/layouts.min.css">
<link rel="stylesheet" href="/assets/css/index.css">
<script type="text/javascript" src="/assets/js/jquery-3.2.1.min.js"></script>
<script type="text/javascript" src="/assets/js/swiper.min.js"></script>
<script type="text/javascript" src="/assets/js/g-ui.js"></script>
<script src="/assets/js/tool.js"></script>
<script src="/assets/js/kefu.js"></script>
<script src="/assets/js/goto.js"></script>
<script src="/assets/js/drag.js"></script>
<style>
    .swiper-container {
        width: 100%;
        height: 600px;
        overflow: hidden;
    }
    .swiper-pagination{
        bottom: 32px !important;
    }
    .swiper-pagination-bullet {
        width: 17px;
        height: 6px;
        margin: 0 6px !important;
        background: rgba(255, 255, 255, 1);
        -webkit-border-radius: 100%;
        -moz-border-radius: 100%;
        border-radius: 3px;
    }

    .swiper-pagination-bullet-active {
        width: 48px;
        height: 6px;
        opacity: 1;
    }
</style>
/*banner1父子*/

```

图 5.2

冗余样式代码看起来非常的杂乱。

```

<title>云呼叫中心_呼叫中心系统搭建方案 - 合力亿捷(原合力金桥)【官网】</title>
<meta name="description"
    content="上市公司合力亿捷（原合力金桥）是云呼叫中心系统提供商，专注呼叫中心行业
<meta name="keywords" content="呼叫中心, 云呼叫中心, 呼叫中心系统, 呼叫中心系统方案, 呼叫
<meta name="baidu-site-verification" content="zfSNNJkZtW1Ung9S"/>
<link rel="stylesheet" href="/assets/css/swiper.min.css">
<link rel="stylesheet" href="/assets/css/layouts.min.css">
<link rel="stylesheet" href="/assets/css/index.css">
<script type="text/javascript" src="/assets/js/jquery-3.2.1.min.js"></script>
<script type="text/javascript" src="/assets/js/swiper.min.js"></script>
<script type="text/javascript" src="/assets/js/g-ui.js"></script>
<script src="/assets/js/tool.js"></script>
<script src="/assets/js/kefu.js"></script>
<script src="/assets/js/goto.js"></script>
<script src="/assets/js/drag.js"></script>
</head>

```

图 5.3

精简化过的代码看起来非常简单舒适，对于搜索引擎来说也是一样的。

3、网站页面结构-- 扁平物理结构

扁平物理结构也就是网站所有的文件数据都放在同一个层级上面，没有层级之分。一般只有小站才会选择。如图 5.4:



图 5.4

4、网站页面结构-- 树状物理结构

树状物理结构就好比树形一样，有层级之分，网站文件会一层一层的进行排列顺序，如果是公司或者企业需要建站，那么一般这种方式是最好的。如图 5.5:

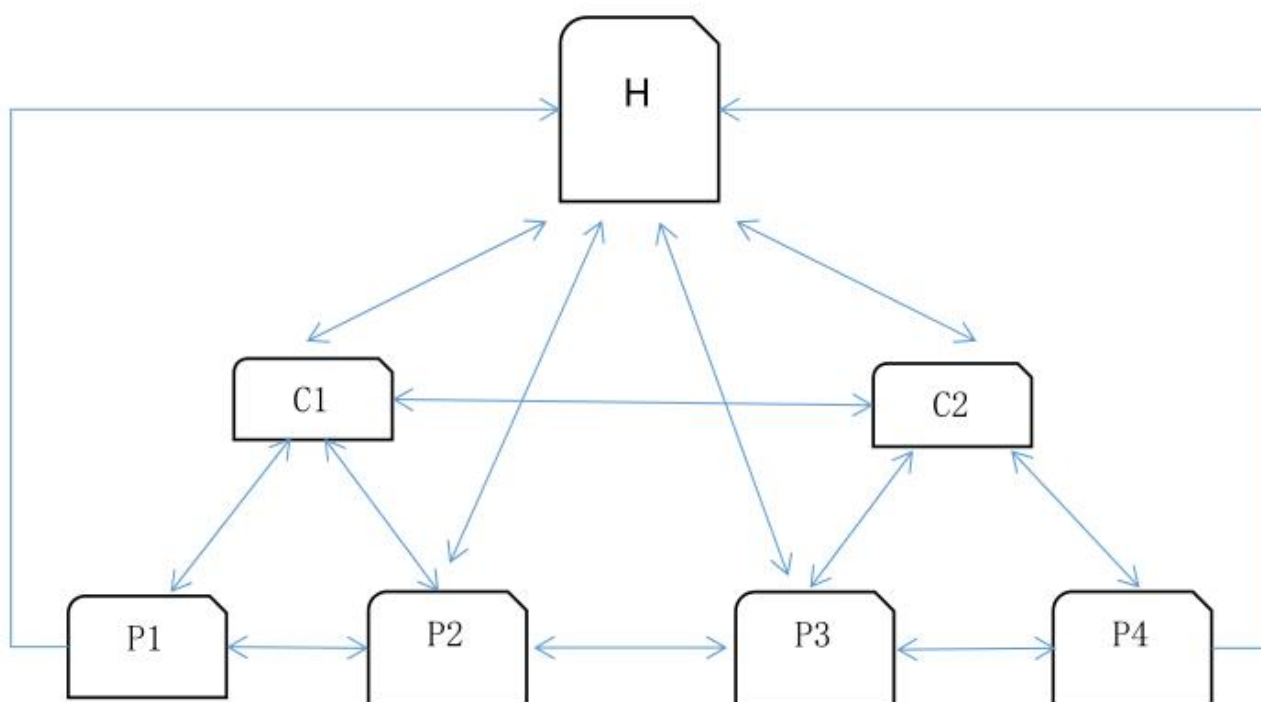


图 5.5

H: 首页 C1\C2: 栏目页 P1\P2\P3\P4: 详情页

5、网站导航目录优化-- 导航结构清晰化

- (1) 导航结构清晰有层次;
- (2) 使用文字导航;
- (3) 使用面包屑导航;
- (4) 重点内容突出;
- (5) 建立导航地图。

供求市场

供应信息 求购信息

配件市场

配件供应 配件求购 企业库
配件仓库 配件动态 趋势分析
发布供应信息 发布求购信息

租赁调剂

出租信息 发布出租信息
求租信息 发布求租信息
最新动态

二手市场

发布求购信息 供应信息
发布出售信息 求购信息
设备展场 商家目录
出售信息 设备评估

产品中心

产品中心 品牌大全
机型比较 热点产品
报价库 代理商专区

专栏

小挖市场 破碎器 挖掘机
铲运机械 起重机 桩工机械
混凝土 搅拌站 路面机械
塔机

招投标

招标公告 政府采购 招标变更
中标公告 项目招标 设备招标
招标机构 综合法规 设备法规
工程法规 政府法规 案例分析
实务知识 招标流程 办事指南
标书范本

技术支持

行业知识 专家在线 精彩文章
技术前沿 维修一线 厂家专栏
资料下载 在线投稿

资料下载

行业动态

行业观点 行业人物 政策法规
国际动态 出口贸易 行业访谈
上游动态 基建投资 协会动态
趋势分析 公司动态 行业股市
融资租赁 营销管理 宏观经济
配件动态 新品上市 企业专栏

行业展会

展会列表 网上展厅
展会资讯 国内展会
国外展会
发布展会信息 查询展会信息

行业股市

股市动态 股市行情
专家看台 大盘解读
企业公告 股市行情
行业沪市 行业深市

企业服务

网站制作服务 广告宣传推广
会员服务 网络传播顾问
能力提升系统 配件协同管理系统
三维虚拟互动 三维机械动画
Flash游戏开发 Flash动画及互动
专业手册设计

图 5.6 (导航地图)



图 5.7 (客户案例-面包屑导航)

6、网站导航目录优化-- 目录结构精简化

网站由于内容较多，都会采用树状的目录结构。内容不能都放在根目录下，应按栏目内容建立子目录，尽量使用意义相关的目录名称，对于搜索引擎和用户识别都是有帮助的。

网站的目录层级不能太深，最好**不要超过 3 层**，目录结构越简单，搜索引擎和用户访问就越容易，目录结构层级越深，用户越难找到需要的网页，搜索引擎爬虫也不容易抓取。

示例：

product.21-sun.com/1/2/3/4/5/6/ (层级太深 错误)

product.21-sun.com/1/2/3/ (层级刚好 正确)

7、网站地图 SiteMap 优化-- 认识网站地图

网站地图是一个网页，在这个页面上，放置了网站的目录分类，以及所有重要页面的链接，举个例子就相当于马路边的指示牌，而网站地图的作用就是告诉搜索引擎蜘蛛去抓取哪些页面、那些页面是最重要的。

网站地图一般分为两种形式：Html 网站地图（已在网站导航目录优化章节说明）和 Xml 网站地图，这两种网站地图也经常表示为 sitemap 和 Sitemap。

例：https://www.hollycrm.com/sitemap.xml

网站地图有什么用：

- (1) 网站地图为用户提供，可以进入网站所有页面或内部栏目的链接；
- (2) 方便搜索引擎找到难以爬行到的网页，比如动态网页和处于网站深处的内页；
- (3) 搜索引擎，了解网站的整体结构和内容；
- (4) 错误页面可以导入到网站地图，进行转化；
- (5) 可以将网站的地图提交到搜索引擎，有利于搜索引擎优化；
- (6) 有利于搜索引擎了解网页信息和网站权重的分配。

8、网站地图 SiteMap 优化-- 建立 XML 网站地图

这里使用的制作工具是“爱站”工具。

步骤一：登录“爱站”工具找到相应的功能模块（图 5.8）；



图 5.8

步骤二：添加域名分类（图 5.9），设置好名称（图 5.10），再添加域名，并保存；

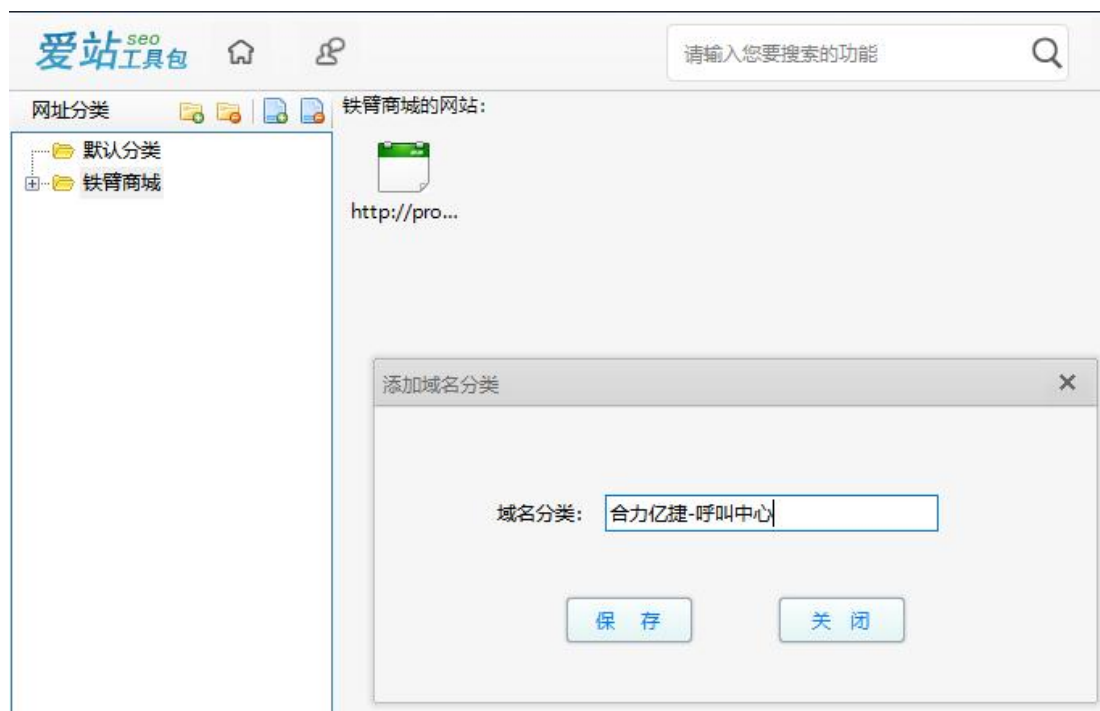


图 5.9

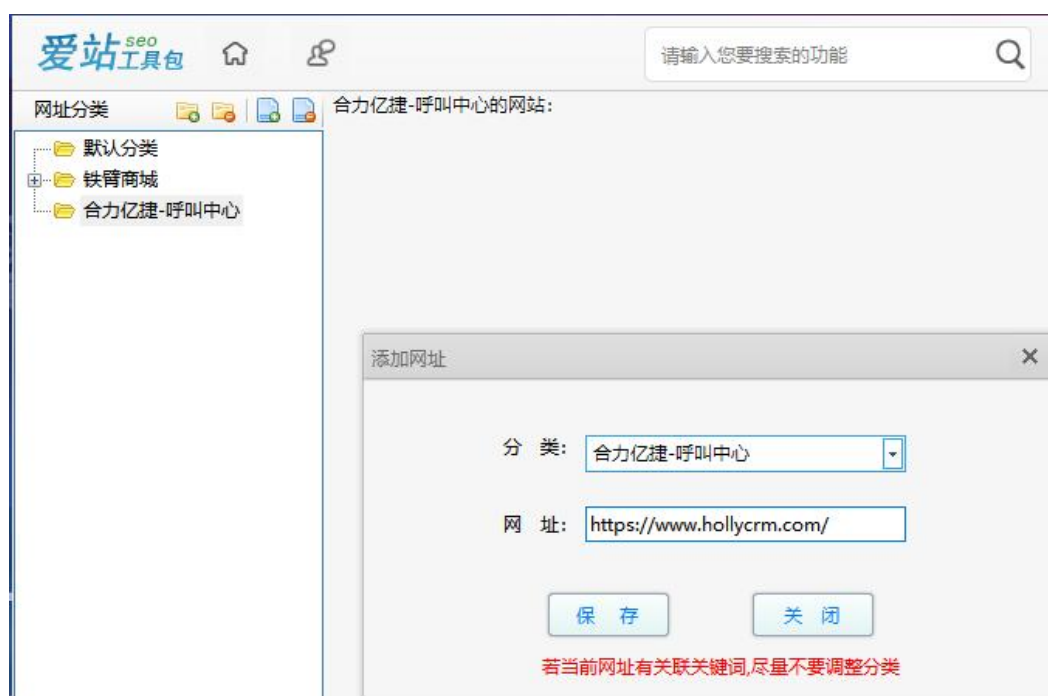


图 5.10

步骤三：点击抓爬（图 5.11），并将抓爬完毕的文件保存至桌面（图 5.12）；

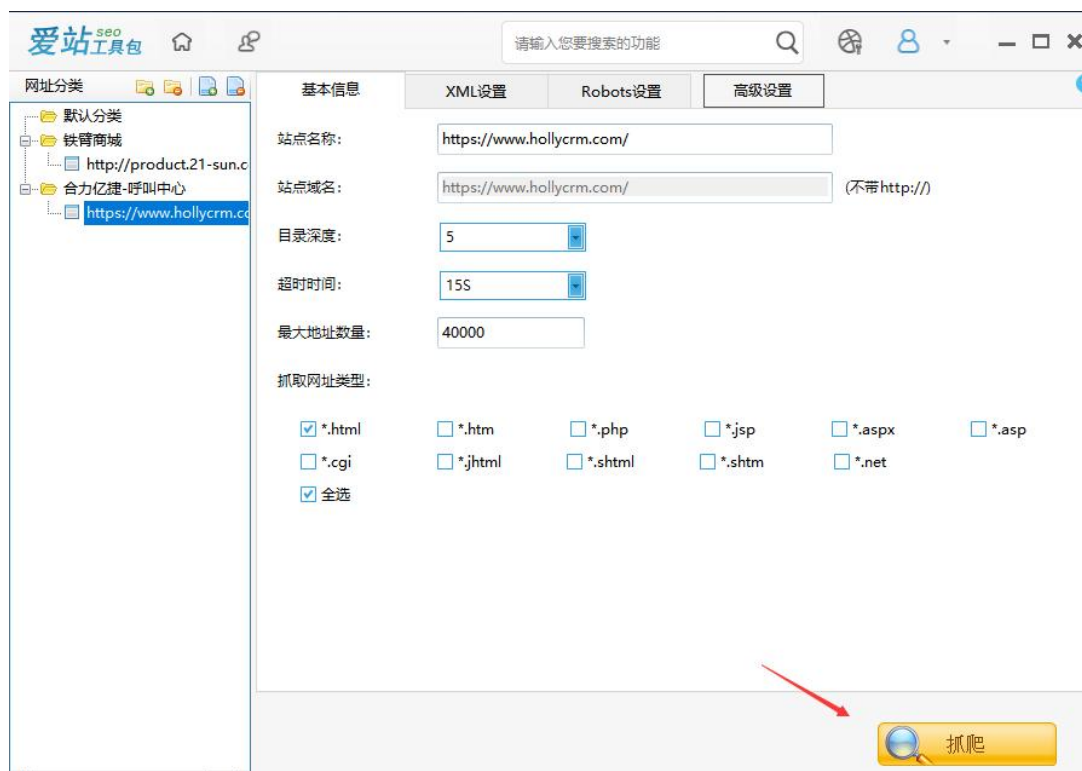


图 5.11

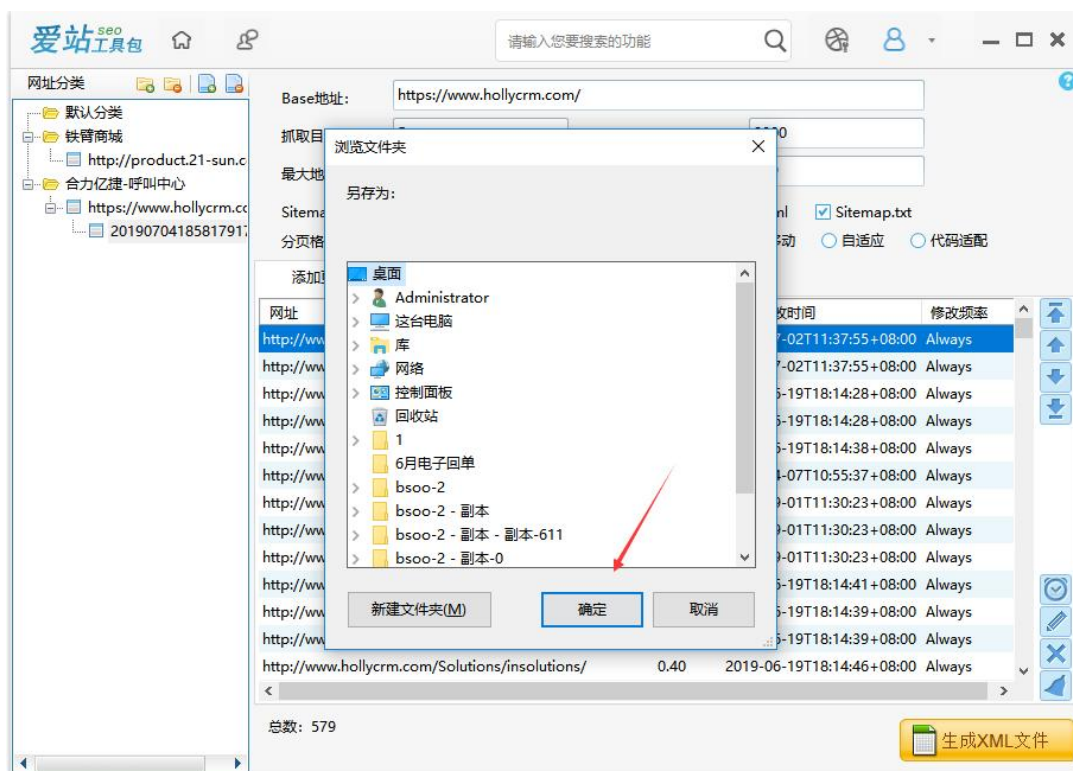


图 5.12

步骤四：将文件解压上传至 FTP 网站根目录即可（图 5.13）。

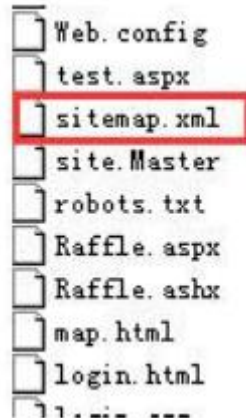


图 5.13

9、网站地图 SiteMap 优化-- 提交网站地图给搜索引擎

绝大部分搜索引擎都支持网站地图，因此也都有相应的网站地图提交入口，录入百度搜索引擎 (<http://zhazhang.baidu.com>)，提交方式如图 5.14。

[自动提交](#)
[手动提交](#)

[主动推送\(实时\)](#)
[自动推送](#)
[sitemap](#)

请填写数据文件地址

示例如下：
www.site.com/site.txt
www.site.com/site.xml

a. 一次最多提交10个文件地址；
 b. 文件地址格式为txt或xml，每个地址文件最多包含50,000个网址且需小于10MB；
 c. 如果验证了网站的主域，那么sitemap文件中可包含该网站主域下的所有网址。 [详细说明](#)

[点击加载验证码](#)

[提交](#)

☐ 全选 手动更新文件 删除			
文件名称	状态	提取url数量	最后抓取时间
☐ https://www.hollycrm.com/sitemap.xml	正常	1248	2019-06-26 06:19:40

图 5.14

10、网站内部权重怎么传导-- 链接指向重点页面

- (1) 首页链接到网站导航和重点栏目的内容，从而将网站首页的权重传递到这些页面，促进这些页面的收录和提高排名；
- (2) 首页链接向深层目录页和列表页，可以提高这些页面的权重，有助于收录其下的内容页，另一方面也能提高目录页关键词的排名；
- (3) 首页链接重点内容页，加快内容页收录和排名；
- (4) 重点内容页被其他相关页面链接，可提升重点内容页的排名；
- (5) 内容页链接向重点栏目页，可提高栏目页关键词排名。

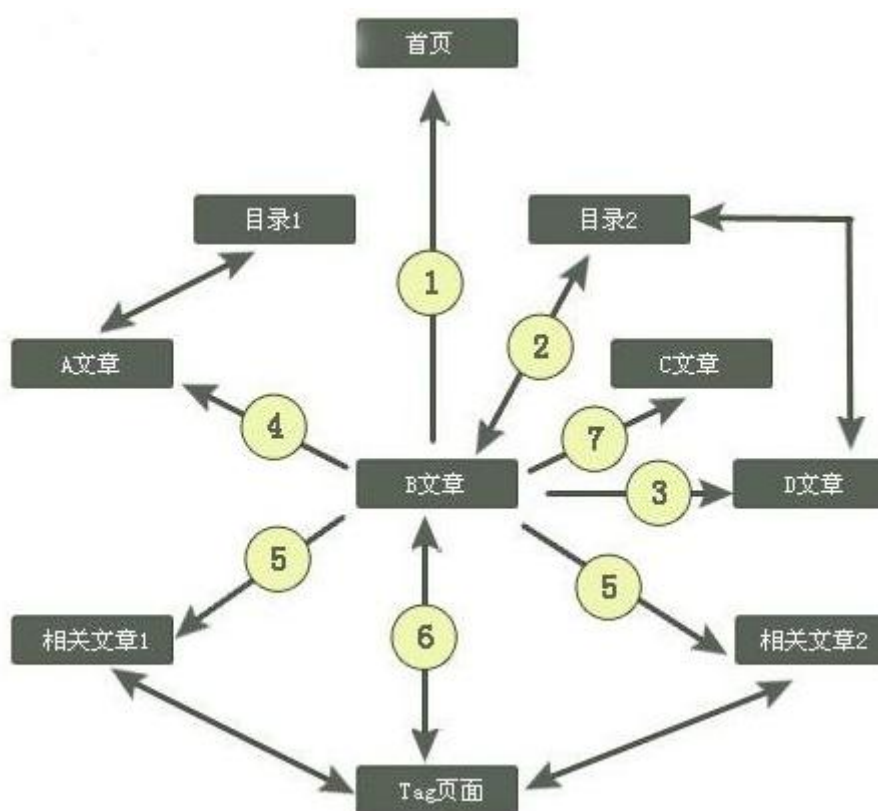


图 5.15

11、网站内部权重怎么传导-- 减少非目标页面权重导入

首页和栏目页链接到某些不重要的页面时，为防止权重的浪费，可在这些链接上加 nofollow（不传递权重）标签进行[禁止跟踪](#)，然而这样做我们需要在很多地方进行添加，最直接的方法是在 Robots 文件里，添加 Disallow 进行[禁止收录](#)处理。

这样的页面如：“联系我们”，“关于我们”，“隐私政策”，“版权信息”等，或者我们不想参与排名的其他页面，都可以[减少权重导入](#)。

12、网站内部权重怎么传导-- 相关页面链接传递权重

将站内相关的单个页面进行互联，可以有效的传递权重，且提高这些页面的相关度。相关页面链接不仅有利排名，而且能提高网站页面的浏览量。如图 5.16：



图 5.16

13、禁止收录与跟踪-- Robots 文件优化

网站 Robots 文件是一个文本文件，一般以 robots.txt 形式，存放在网站根目录下。如图 5.17：



图 5.17

搜索引擎在抓取网站内容时，都会先在根目录寻找是否有 robots.txt 文件，因为 Robots 就是网站和搜索引擎的一个协议。网站不希望搜索引擎抓取的内容，搜索引擎是不会抓取的，而网站需要抓取的内容可以写出来，也可以不写。

User-agent: 该项的值用于描述搜索引擎蜘蛛的名字。如果该项的值设为*，则该协议对任何搜索引擎都有效。不同的搜索引擎名称也是不一样的。

Disallow: 拒绝收录，阻止搜索引擎蜘蛛抓取的内容。

Allow: 允许收录，即同意搜索引擎蜘蛛检索和收录的内容。

举例：

网站目录下所有文件均能被所有搜索引擎蜘蛛访问

User-agent: *

Disallow:

禁止所有搜索引擎蜘蛛访问网站的任何部分

第 646 页

User-agent: *

Disallow: /

禁止所有的搜索引擎蜘蛛访问网站的几个目录

User-agent: *

Disallow: /a/

Disallow: /b/

只允许某个搜索引擎蜘蛛访问（百度）

User-agent: baiduspider

Disallow:

14、禁止收录与跟踪-- Nofollow 优化

nofollow 即不跟踪链接，搜索引擎蜘蛛不爬行这个链接，也不会传递权重到这个链接。

举例：400 电话

nofollow 不仅被用来禁止追踪非目标页面链接，而且当网站内有广告链接，或者留言板、论坛这些内容时，也可以在链接中加入 nofollow 属性，以禁止跟踪链接。

15、URL 优化方法-- 减少 URL 的层次及长度

使用简短的 URL（网站链接），可以提高用户信任和记忆，使网站得到更多的传播机会。而搜索引擎对于简短且层次较浅的 URL，也有更高的信任度。

16、URL 优化方法-- URL 的内容含关键词

含有关键词的 URL，用户更容易了解网页的内容主题，提高页面的相关性，有利于网页的排名。

如果关键词域名被抢注，我们可以用关键词做目录和页面的名称，如 <https://www.holly400.com/prices/>，以提高页面的相关性。

17、URL 优化方法-- URL 静态化

搜索引擎对静态 URL 更有好感，不会出现无限循环，虽然动态 URL 也能收录，但是作为更标准的静态 URL，很明显占有优势。

静态 URL 更容易传播，在实际生活中静态 URL 具有不变性，更容易被人接受并乐于传播。

静态 URL 更标准化、简洁和可读性高，提供良好的视觉感受，提高用户体验。

举例：

动态化 URL 如图 5.18：

https://www.amazon.cn/dp/B08XM4MW6C/ref=sr_1_3?brr=1&qid=1641301688&rd=1&s=digital-text&sr=1-3

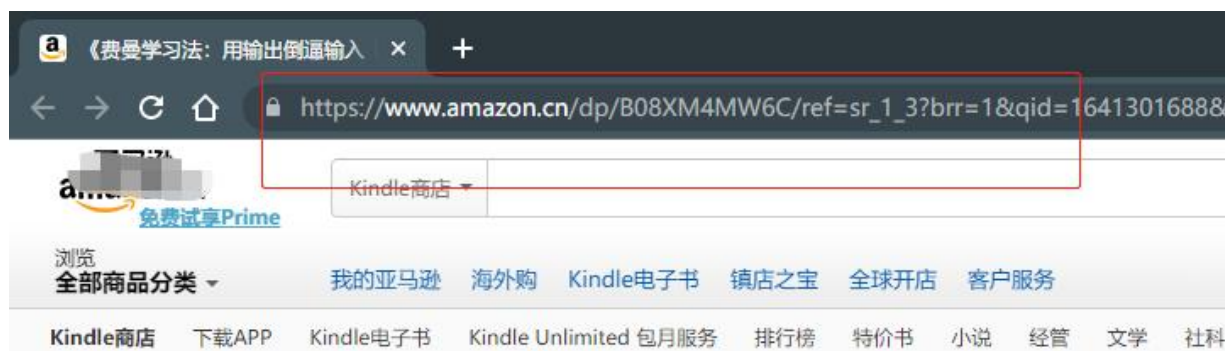


图 5.18

静态化 URL 如图 5.19:

<https://item.jd.com/100010786865.html>



图 5.19

18、页面内容优化-- H 标签的关键词优化

H 标签是网页 Html 语言中, 对文本标题进行强调的一种标签。在网页正文内容中, H 标签中的关键词作用是非常大的。其重要程度从<h1>到<h6>依次递减, 即<h1>标签对搜索引擎的提示作用最大, 一般在文章标题当中常见。

首页 > 好文分享

如何建立一个科学的seo效果跟踪体系 ← H1标签

作者：余杰 更新：2022-01-02 08:00:36

最终SEO有效果是需要长期的坚持的。这也就涉及到SEO的效果跟踪问题。

那么，SEO究竟需要对哪些指标进行跟踪呢？

SEO效果3个直接衡量指标：

收录（索引）、排名、网站访问量（特指SEO流量）

图 5.20 (页面当中呈现)

```
<body>
  <div class="header">_</div>
  <div class="nav">_</div>
  <div class="pageseat">_</div>
  <div class="actdetailpage">
    <div class="actdetailpager f1">
      <h1 class="acttitle">如何建立一个科学的seo效果跟踪体系</h1> == $0
      <div class="actdetailconfig">
        " 作者：余杰&nbsp;&nbsp;&nbsp;&nbsp;&更新：2022-01-02 08:00:36 "
        <em>_</em>
      </div>
      <div class="actinfo">_</div>
      <div class="actdetailmodel">_</div>
    </div>
    <div class="actdetailpager fr">_</div>
  </div>
```

图 5.21 (代码当中呈现)

19、页面内容优化-- 图片 ALT 的关键词优化

Alt (如图 5.23) 是对图片内容的说明，也是搜索引擎判断图片意义的最重要标识。



图 5.23

要说明图片的意义，不但要描述图片内容，还应该加入页面关键词对图片进行说明。这样既能提高网页的关键词相关性，利于网页排名，而且图片也能索引到这个关键词下，但不可堆砌关键词。

(代码当中呈现)图片 Alt 和 Title 的关键词优化时，注意以下事项：

(1) Alt 不可重复堆积关键词，通常情况下 Alt 中关键词只需要一次即可。重复的 Alt 关键词并不能带来好的排名，尽量用简洁含关键词的短句描述。

如例：alt=" 这是一张狗狗在草地上跑的图片"

这种写法是错误的：alt=" 狗狗图片，狗狗照片，可爱狗狗图" 过多重复堆砌就属于优化过度。

(2) 一个网页内多个图片 Alt，尽量不同，可以使用网页的多个关键词。这样网页的多个关键词都可以得到展现，有利于多个关键词的排名。

20、页面内容优化-- 关键词的出现位置和展现形式

关键词出现的位置十分重要，正文中除了 H 标签里的关键词，其他内容中关键词应该合理的分散在文章中，如关键词一般会分布在第一段，和最后一段文字，而文章的中间内容也会少量的出现。

使用变式关键词，可以提高网页关键词的相关度，而且变式关键词也可以有排名。如：“400 电话”变式为“企业服务电话”，“CRM 系统”变式为“客户管理系统”。

21、页面内容优化-- 黑体及加粗关键词

黑体及加粗是对文字的强调，如果是针对网页的关键词，那就能使搜索引擎更为重视关键词，而搜索引擎也会对黑体加粗的关键词，给予比普通文字更高的权重。如图 5.24：

为什么很多企业不重视SEO

作者：admin 更新：2019-04-03 10:41:04

浏览量：133

百搜见解：从事SEO服务行业几年，SEO优化的成本（技术+行业经验+资源）真不是随便哪家公司可以接受的，下面来看“知乎”大神是怎么说的。

从国内流量大盘中，拉出所有媒体来瞧瞧，**SEO依旧是用户质量相当牛逼的渠道**。按“转化量/访问量”来算，转化率屁扁的；SEO的人力成本也不高，毕竟在北京2万都算挺高的了；然后SEO流量本身还是**免费的，不花钱的**。

那为啥很多企业并不重视SEO呢？是因为SEO不确定性太强嘛？很多情况靠佛系，你告诉老板，N月之后流量达到XXX，时间到了，没达到，一来二去，次数一多，老板们就不怎么鸟SEO了。

图 5.24

22、页面内容优化-- 内部链接锚文本

内部链接锚文本简单的说就是将这个页面链接到另外一个页面，如图 5.25，而锚文本链接分布在效果最好的正文内容中：

- (1) 首先从用户体验说，用户更乐意点击正文内容中的链接；
- (2) 链接锚文本可以灵活控制，不像其他位置的链接，必须遵循用户习惯和美观的要求；
- (3) 正文内容中的链接权重更高，搜索引擎给予正文内容中的权重更高。

而在一些冷门行业，特别是高精度加工工厂，这些行业是一些高精尖行业，所做的产品也过于专业化，大众认知注都是非常有限的，能利用写文章的内容素材也少之又少。像这样的冷门行业做**百度SEO外包**，若想去大量发优章的内容是不太现实的，所以做冷门行业的SEO，可以将精力多投入在网站架构优化、网站标题优化和外部链接等方面，对内容输出这一块，不需要下太多功夫。

总结

不管是发文章，还是去做外链，百度SEO优化策略其实是要考虑各种综合因素去决定的，如果内容输出能力和可的内容素材非常有限，那可以将精力放在SEO其他方面。搜索引擎都是喜欢好的内容，所以做SEO发文章，还是能撰写出高质量的文章，切记不可为了追求文章数量而放弃文章质量，那样只会得不偿失。

图 5.25

23、页面内容优化-- 避免关键词堆砌

一般情况下，网页的关键词密度在 1%—10%，都可以有很好的排名。但是由于这个度不好掌握，因此我们写作的时候以 2%—7%为标准，大概 100 个词内出现 2 ~ 7 次，切忌堆砌关键词。

网页关键词密度检测工具：<http://tool.chinaz.com/tools/density.aspx>

网址	检测结果
www. .o/	
页面文本总长度	3508 字符
关键字字符串长度	5 字符
关键字出现频率	24 次
关键字总长度	120 字符
密度结果计算	3.4%
密度建议值	2%≤密度≤8%

图 5.26

24、HTTP 状态码-- 常见的 HTTP 状态码

200：最常见的 HTTP 状态码，表示服务器已成功接受请求，并将返回客户端所请求的最终结果；

301：客户端请求的网页已永久移动到新位置。当 URL 发生变化时，返回；

301 代码告诉客户端 URL 变化，客户端保存新的 URL，并向新 URL 发送请求，以返回请求结果；

404：请求失败，客户端请求的资源在服务器上没有找到，返回可能的原因；

503：服务器由于临时的服务器过载或维护，而无法处理当前请求。

25、HTTP 状态码-- 建立必要的 404 页面

什么是 404 页面

404 错误信息是 HTTP 的其中一种“标准回应信息”（HTTP 状态码），此信息代表客户端在浏览网页时，服务器无法正常提供信息，或是服务器无法回应且不知原因。一般情况下网址输入错误就会出现 404 页面。

建立必要的 404 页面

建立 404 页面，是为了方便用户继续寻找信息，减少用户跳出数量，也有利于优化。

404 页面尽量添加网站地图及主要页面的链接，添加站内搜索功能，避免使用 404 错误提示的文字。

如何设置 404 页面

首先将做好的 404 页面放到网站的根目录下面，其次如果你使用的是万网（阿里云旗下）的虚拟主机，设置 404 页面就非常简单了：打开虚拟主机的管理页面，打开基础环境设置，直接选择 404 页面设置，选择放在根目录下的 404 页面，保存即可生效。



图 5.27

26、HTTP 状态码-- 域名必要的 301 重定向

什么是 301 重定向

官方的解释是当用户或搜索引擎向网站服务器发出浏览请求时，服务器返回的 HTTP 数据流中头信息(header)中的状态码的一种，表示本网页永久性转移到另一个地址。也许有的朋友还并不理解这是什么意思，举个例子：凌沃科技 400 电话官网（www.0755400.com）同时解析了带 www 和不带 www 的域名，当设置了 301 重定向不带 WWW 的打开会自动跳转到带 www 上来，<https://holly400.com>，大家可以测试效果，这样很容易就理解什么是 301 重定向了。

设置 301 重定向的必要性

我们同时解析了带 www 和不带 www 的虽然都是跳转到相同的页面，但是这对于搜索引擎来说是两个不同的站点，为了权重集中设置 301 重定向显得很重要，对搜索引擎很友好。

如何设置 301 重定向

如果你使用的是万网（阿里云旗下）的虚拟主机，设置 301 重定向就非常简单了，打开虚拟主机的管理页面，打开基础环境设置，直接选择 301 重定向设置就可以了。如图 5.28：



图 5.28

第六章 网站外部优化

1、外部链接是什么

外链就是外部链接，是指从其他网站导入链接到自己网站的链接。

举例说明：比如网页 A，任何一个其它的网站 B，如果网页 B 和 C 都给网页 A 做了链接，那么这个链接相对于网页 A 来说，就是一个外链。也就是 B、C 网页给网站 A 做了外链链接。



图 6.1

外链对于网站优化来说是必不可少的一个因素，在网站优化的早期过程中，甚至有“内容为皇，外链为王”的说法，可见当时外链在 SEO 中起的作用。但现在来讲各大搜索引擎已经不会把外链当作最重要的排名因素之一了，外链只是网站优化建议权重众多的一部分。

外链不可或缺，外链的质量更是直接决定了我们的网站在搜索引擎中的权重。

外链不是数量越多就越好，而是要遵循“宁缺毋滥”的原则。

2、反链是什么？

反链应该叫做反向链接。任何链接指向到自己的网站的链接，包含站外的链接和自身的网页链接，都可以称之为——反链。

举例说明：对于网页 A 来说，如果网页 B 和网页 C 都给网页 A 做了链接，不论网页 B 是来自同一个网站还是别的网站，网页 B、C 上的这个链接都算作网页 A 的反链。如图 6.2：

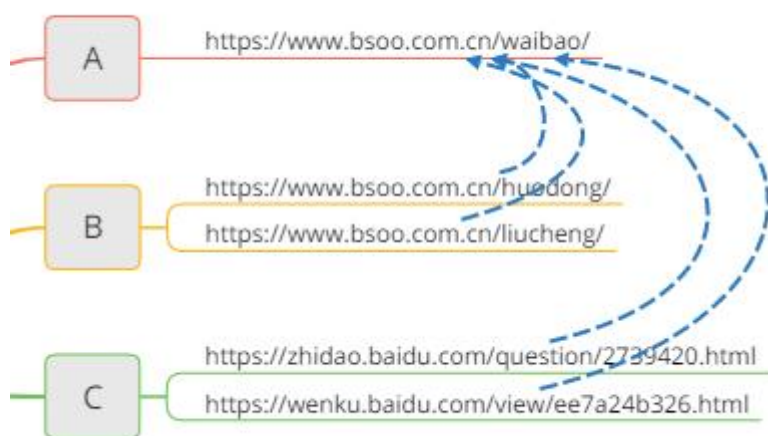


图 6.2

3、反链与外链的区别与关系

反链是指：无论站内还是站外链入到本站某页面的链接，外链是指站外的链入本站某页面的链接。因此，在相对于某一个页面来看，反链的范围大，包含外链。

反链也好，外链也好，都是针对与某一个页面的反向链接，只是存在于站外的这个链接就叫做该页面的外链。他们之间的区别只是在于站内、站外罢了。

一般情况下，站长 SEO 人员都期待别人的网站链接到自己的网页，越多网站链接到自己网站那么自身网站的受益就越大。这也说明现在一些站长人员热衷于发外链的原因了。

4、外部链接有什么作用

外链可以带来以下好处：

(1) 吸引蜘蛛抓取：虽然百度在挖掘新好站点方面下了很大工夫，开放了多个数据提交入口，但超链接依然是发现收录链接的最重要入口。

(2) 向搜索引擎传递相关性信息：百度除了通过 TITLE、页面关键词、H 标签等对网页内容进行判断外，还会通过锚文本进行辅助判断。使用图片作为点击入口的超链，也可以通过 alt 属性和 title 标签向百度传情达意。

(3) 提升排名：百度搜索引擎虽然降低了对超链的依赖，但对超链的识别力度从未下降，并制定出更加严格的优质链接、正常链接、垃圾链接和作弊链接标准。对于作弊链接，除了对链接进行过滤清理外，也会对链接的受益站进行一定程度的惩罚。相应的，对优质链接，百度依然持欢迎的态度。

(4) 内容分享获取口碑：优质内容被广泛传播，网站借此获得的流量可能并不多，但如果内容做得足够，也可以树立自己的品牌效应。

(5) 增加流量和曝光：更多的链接入口可以方便用户传播分享，获得更多的点击曝光机会，让信息得到更多的展现，间接提升客源和转化率。

5、外链的表现形式

(1) 锚文本链接

锚文本就是把一个关键词指向一个页面的链接，也称关键词链接。

点击这个关键词，可以直达到对应的目标网址。

SEO外包公司常用的8个网站页面优化技巧

作者：百搜科技 更新：2020-10-15 18:02:34

如果您有业务并想增加网站流量，搜索引擎优化（SEO）绝对至关重要。正确的**白帽SEO策略**不仅会为您带来更多流量，而且还会提高您的品牌知名度。

虽然搜索引擎优化完全需要其自己的策略，但是您可以利用某些页面上的SEO技巧来帮助快速提高排名的

图 6.3

如案例图 6.4 中的标记 1 所示，锚链接一般结合关键词使用，可以针对这个页面的关键词进行投票，也就是加分，这是 SEO 过程中最常见的链接形式，比如友情链接就是经常用关键词链接到目标网址。

锚链接无论是连接到对方的网站，还是自己的其他页面都有投票意义。如果添加了 nofollow 标签就另当别论了。

网页源代码中的写法是这样的：

```
<a href="https://www.bsoo.com.cn/" target="_blank">SEO 整站外包</a>
```


链接的几种形式



图 6.4

(2) 超链接

超链接的意义跟锚文本一样，可以由一个页面直接指向另一个页面，只是他的表现形式不是关键词，而是文本式的链接，点击文本链接是可以打开目标网址的。如案例图 6.4 中的标记 3 所示。

网页源代码中的写法是这样的：

```
我们的官网链接：<a href="https://www.bsoo.com.cn">https://www.bsoo.com.cn</a>
```

如果网站有效的相关域很多的话，就说明这个网站的传播性很广，大众熟知度很广泛。而且这种有效的相关域是可以点击的，有需求的用户可以直接点击进入网站，这样的有效相关域也是外链的一种有效形式。所以不难推断出，超链接在关键词的排名效果上，没有锚文本的作用大，但是在传递网站的权重上，效果是差不多的。

(3) 纯文本链接

纯文本就是纯文字的，即纯字母的一个链接表现，是不能直接点进入另一个页面的链接。纯文本链接的作用相对于锚文本，超链接，他的作用是最弱的。但不是说纯文本就没有用了，一个纯文本链接，可以吸引蜘蛛，但是一个纯文本如果运用得当，可以让很多人愿意来复制这个纯文本，从而给网站带来很大的流量。这个时候，他的作用可能是锚文本和超链接无法实现的。如案例图 6.4 中的标记 4 所示。

网页源代码中的写法是这样的：

```
<p>有任何 SEO 服务需求请咨询联系我们：https://www.bsoo.com.cn/about/dizhi/</p>
```

(4) 图片链接

图片链接即用一张图，做一个链接指向另一个页面。图片可以做上 ALT 属性，方便蜘蛛能够识别图片信息，直接获取指向页面的主要内容。如案例图 6.4 中的标记 2 所示。

网页源代码中的写法是这样的：

```
<a href="https://www.bsoo.com.cn/about/" target="_blank" >
</a>
```

6、外部链接建设规范

(1) 外链形式价值优先级

到底用哪种形式的外链比较好呢？

按照 seo 价值来讲，他们的优先级是这样的：[锚链接](#) > [地址链接](#) > [纯文本链接](#)

① 锚链接包含了关键词和目标地址，对该关键词有直接的投票作用，能够提升该关键词的投票也就是排名，比如，我们在与对方网站交换友情链接的时候一般都会发对应的关键词和网站地址。就是为了给指定关键词进行投票提升指定词的排名。

有些时候也是可以设置成图片链接形式，点击图片直接打开目标网址效果是一样的，图片的视觉更大被用户点击到的机率就更高，能够带来更多的点击流量。



图 6.5

② 地址链接的好处是方便点击直达目标 url 网站，也就是说这个网址是可以点击的，比较方便带来点击流量，网址链接不会对关键词投票，只会对网址 url 投票增加网站的权重和点击。

③ 纯文本地址就只是为了宣传增加地址的曝光度，不能够直接点击打开，只能够进行复制到浏览器访问。

在日常的推广过程中，比较多的网站平台都只允许包含文本地址，不会开放链接地址给发稿者，不然很容易造成垃圾外链过多，成为了垃圾外链场。

(2) 关键词优化应用技巧

① 锚链接中关键词要使用网页重要的关键词，最好是目标关键词。例如网站 www.holly400.com 的核心关键词是 400 电话，那么就需要多针对 400 电话的关键词发布外链。

② 允许多个关键词作外链锚文字，防止网页的关键词单一化。当网站指定的关键词达到排名效果后，可以设置其他的关键词作为锚链接来发布，这样可增加关键词排名的数量。例如网站 www.holly400.com 的核心关键词是 400 电话之外，还有 400 电话申请、400 电话办理、深圳 400 电话等，那么就可以依次将这些关键词作为外链锚文本。

③ 锚文字尽量使用完整精准的关键词，最好不要加入无意义的词。比如“seo 外包价格”可以链接到具体提供价格的页面来，页面要与链接文字相关性，这才有意义：<https://www.bsoo.com.cn/baojia/>

(3) 外部链接建设规范

外部链接建设规范——高质量外链网站的好处

- 质量高的外链网站更新较快，外链被收录的速度更快，收录的可能性更高；
- 高质量的外链网站，对导入网站权重的提高更有帮助；
- 收录数量更稳定，不容易出现因为外链网站收录下降，导致外链减少的情况；
- 高质量外链网站拥有更多的外链，即外链网站本身的链接广泛性高；
- 高质量的外链网站，可以给自身网站带来更多点击流量。

外部链接建设规范——外部链接网页或网站的相关性高

- 导出和导入链接的网页或网站关键词完全相同，或者关键词变式，这种情况是相关性最强的；
- 导出和导入链接的网页或网站是同行业的，相关行业页面的主题也是相关的，主要表现在其关键词都是同行业的关键词。

例如 www.holly400.com 是行业是 400 电话，那么发布外链的时候就可以选一些选同行业的网站交换友情链接。

外部链接建设规范——外部链接的广泛度好

- 外链来源丰富的网站，获得的链接支持更全面，对提高网站的排名有帮助；
- 外链来源丰富的网站，蜘蛛爬行的频率更高，收录和快照会更正常；
- 外链来源丰富的网站，有更多的用户点击进入。

外部链接建设规范——外部链接的数量

- 外部链接数量越多，网站蜘蛛爬行的几率更大，收录和快照更正常；
- 外部链接数量越多，网站获得的权重越多，网站排名会更有优势；
- 外部链接数量的多少，也会影响点击进入的用户数量。

怎么建设外部链接——交换友情链接

寻找友情链接的几种方法：

(1) 使用强大的腾讯 QQ 群，我们在查找群的时候，输入关键词“友情链接”能搜索出来的群一大片，当然如果需要更准确一点，比如我做的是 400 电话行业网站，那么就可以搜索“通讯友情链接”，通过这样的搜索方式加入的群相关性就很高了。



图 6.6

(2) 使用友情链接网站平台：如在百度搜索“友情链接平台”，就会有有很多的友情链接交换平台。这里推荐一些友情链接平台网站，比如“搜外友链”，这家站是人数最多，更新最快的一家平台。



图 6.7

(3) 通过我们自己网站所属的行业，进行搜索引擎搜索。比如我的网站是 400 电话网站，那么可在搜索引擎中搜索“400 电话”，那么就会发现有很多做 400 电话的企业网站出现，我们点击进入其他的企业网站，一般来说，如果有站长需要友情链接的都会在网站的底部留下联系方式。那么这也就达到了我们找友链的一种方法了。

(4) 通过挖掘竞争对手的友情链接交换。用友情链接查询工具，对竞争对手网站进行分析，在网站基础差不多的情况下，一般会跟你的对手做链接的企业，也会跟你交换链接。

检查友情链接的注意事项：

(1) 相关性

对于友情链接来说，如果我们的网站与对方的网站存在较高的相关性，那么这个友情链接的价值就会有所提升，不但能为我们的网站传递更高的权重同样，还更有利于我们的网站增加扩展关键词。当然，这里所说的相关性并不代表两个网站的行业一定要相同，而是具备相关性即可。

(2) 链接数量

对于中小型的网站来说，链接数量最好保持在 30 个之内，而对于大型的网站首页的友情链接最好也不要超过 40 个，友情链接做的过多反而会分散网站的权重。如果大型的网站想通过友情链接的方式来获取更多扩展关键词的排名，也可以使用内页友情链接的方式。当然，我们用内页交换别人首页的友情链接就要降低我们对友情链接的要求。

(3) 交换频率

有很多新手只知道友情链接可以对网站的权重提升以及网站的关键词排名有一定的作用，所以每天都要交换很多的友情链接。其实对于友情链接来说，如果你的网站在百度已经有了一定的信用度之后，可以适当的增加友情链接的交换频率；若你的网站是一个新站的话，推荐友情链接交换的不要太过于频繁，最好保持一个月换一个友情链接的状态。

(4) 灰色行业

可以说灰色行业是一个敏感的行业，大家都知道如果灰色行业的网站上出现我们网站的外链，那就会被搜索引擎判定为垃圾外链，对我们网站不但没有正面的效果，反而会产生负面影响。友情链接也是如此。

(5) 作弊网站

通常 SEO 中也分为白帽 SEO 以及黑帽 SEO，白帽 SEO 是通过符合搜索引擎的优化原理来优化自己的网站，反之黑帽 SEO 是通过搜索引擎的漏洞让自己的网站快速获取权重以及排名，当然，这种网站被惩罚的几率是非常高的，所以，我们在交换友情链接时，一定要注意对方的网站是否有作弊的行为。

(6) nofollow

在友情链接前面加上 nofollow 这种方法是在前几年中很多站长比较常用的方法，它的作用是告诉搜索引擎不抓取这个友情链接，当然，如果对方的网站首页给你的友情链接前加上了 nofollow 之后，你的网站就不会得到传递权重的效果，但自从站长工具中可以检测友情链接是否加了 nofollow 这个功能之后，就很少有人再用这种方法了。

如何建设外部链接——到网址目录提交网站

- 优质的网站导航，蜘蛛爬行频率非常高，登录的网站也会因此受益；
- 优秀的网站导航用户量庞大，能带来大量的网站浏览量。

这里提供一些网站导航的提交地址：

好 123：<http://submit.hao123.com/static/auditSys/wztj.htm>（如图 6.9）

图 6.9

360 网站导航：<http://hao.360.cn/url.html>

265 上网导航：<http://www.265.com/submit.html>

百度网址大全：http://site.baidu.com/quality/quality_form.php

如何建设外部链接——分类信息平台发布外链

在分类信息平台做外链，需要对网站进行检查。筛选的注意事项：

- 分类信息网站的权重越高，外链传递的权重也更高；
- 分类信息网站是否能使用超链接。很多分类信息网站的文章，并不允许使用超链接，仅为文本链接。效果并不是很好，尽量选择能使用超链接的分类信息平台。例如“赶集网”就是非常好的外链平台。



图 6.10

如何建设外部链接——博客发布外链

建设博客外链，最好写原创文章，使搜索引擎喜欢上自己博客的文章，也就是俗称养博客。但是目前很多博客都设置了nofollow，已经没有传递权重的作用，但是依然具备吸引蜘蛛，促进网站收录的作用。目前不带nofollow的博客推荐：新浪博客、天涯博客、中金博客，如果仅仅想要吸引蜘蛛抓取，那么就非常多了，例如网易、凤凰网等等。

如何建设外部链接——问答平台发布外链

注意事项：

- 避免明显的广告辞令；
- 避免重复使用相同账号，添加相同网站；
- 问题内容应该与外链的页面内容相关。

如图 6.11 在百度知道发布的外链，这种链接不仅可以提升权重，吸引蜘蛛，还能够直接为网站带来流量。



图 6.11

第七章 SEO 站长工具介绍

1、Chinaz、爱站工具

CHINAZ 站长工具和爱站工具，都是第三方站长平台提供的网站数据查询工具，是目前网站长们使用高频的基础工具。

它们都有自己的客户端软件版和 WEB 在线版，地址如下：

CHINAZ 站长工具：<http://tool.chinaz.com/>（图 7.1）

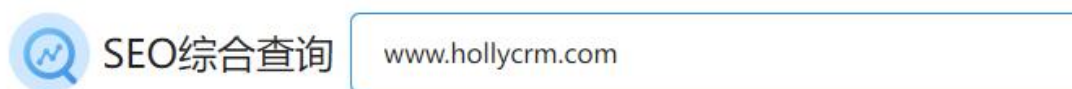
爱站工具：<https://www.aizhan.com/>（图 7.2）

这些站长工具主要功能有：

- SEO 综合查询
- 百度权重查询
- 友链检测
- 备案查询
- 网址 ping 检查
- 关键词及排名
- 历史数据分析

站长们可根据需求选择相应的功能即可分析到自身或同行网站的数据，这些数据都是该平台方提供的，非百度官方认可的数据，仅作为站长参考之用。

需要注意的是，每个工具平台提供的数据各不相同，站长不必纠结这个数据哪个靠谱，都是第三方提供的数据，不能作为网站价值的精准测评标准。



云呼叫中心 在线客服系统 呼叫中心系统【免费试用】-合力亿捷

SEO信息	全网流量总和: 1,028 ~ 1,642IP 百度权重: 3 移动权重: 2 360权重: 1 搜狗: 1 神马:
网站排名	ALEXA世界排名: 373,557 网站分类: 科技数码
域名信息	注册人/机构: Alibaba Cloud Computing (Beijing) Co., Ltd 注册人邮箱: **mainAbuse@ 域名年龄: 19年7月14天 (过期时间为2022年05月17日)
备案信息	备案号: 京ICP备12042422号 名称: 北京合力亿捷科技股份有限公司 性质: 企业

图 7.1



TITLE信息 云呼叫中心_在线客服系统_呼叫中心系统【免费试用】合力亿捷

SEO信息	百度来路: 255 ~ 345 IP 移动来路: 35 ~ 78 IP 出站链接: 25 首页内链: 42				
	百度权重: 2 移动权重: 1 360权重: 0 神马: 0 搜狗: 0				
ALEXA排名	暂无排名或相关数据不充分				
备案信息	备案号: 京ICP备12042422号-1 性质: 企业 名称: 北京合力亿捷科技股份有限公司				
域名信息	年龄: 19年7月14日 (创建于2002年05月17日)				
网站速度	电信: 74.565毫秒 SEO文章代写 纯人工编辑				
PC词数	移动词数	首页位置	反链	索引	
140	46	1	61	3918	

图 7.2

其他的功能及地址如下:

关键词挖掘 <http://stool.chinaz.com/baidu/words.aspx>

百度权重查询 <http://rank.chinaz.com/>

官网: www.bsoo.com.cn

EML: baisokeji@163.com

友情链接检查 <https://link.chinaz.com/>

网站反链分析 <https://link.aizhan.com/>

历史数据分析 <https://lishi.aizhan.com/>

Robots 检测 <https://tools.aizhan.com/robots/>

2、百度统计

百度统计是百度推出的一款免费的专业网站流量分析工具，能够告诉用户访客是如何找到并浏览用户的网站，在网站上做了些什么。有了这些信息，可以帮助用户改善访客在用户的网站上的使用体验，不断提升网站的投资回报率。

百度统计官网址：<https://tongji.baidu.com/web/welcome/login>



图 7.3

使用前需要注册和登录账号，可以使用个人的百度账号或者百度商业账号登录（商业账号也就是付费推广企业账号）。



图 7.4

注意：需要站长管理员把需要分析网站添加到百度统计平台中来，才会有数据分析和查看。

(1) 流量分析

① 实时访客

可以分析当前网站实时在线的访问信息。比如当前在线浏览网页的用户数量、访问明细等。

用户通过哪些地域、用哪个搜索引擎、入口页面是哪些、搜索哪个词进来的、访问 IP 是多少、访问了多长时间等都会进行统计分析。

关键词/搜索词	请输入...	入口页面	请输入...	访客标识码	请输入...	IP	请输入...	查询
	访问时间↓	地域	来源	入口页面	搜索词	访问IP	访客标识码 ?	访问时长
+ 1	2021/12/29 15:45:02	武汉	https://cn.bi...	https://www....	--	113.57.21.184	1758348980539272...	1"
+ 2	2021/12/29 15:43:37	深圳	Bing	https://www....	€	113.88.110.129	1876208951620727...	10"
+ 3	2021/12/29 15:43:18	芜湖	https://cn.bi...	https://www....	-	223.241.36.244	2079787846779473...	正在访问
+ 4	2021/12/29 15:42:03	上海	百度	https://www....		222.65.132.185	2182169545825185...	正在访问
+ 5	2021/12/29 15:42:01	扬州	百度	https://www....		218.91.151.234	2288078775353447...	正在访问
+ 6	2021/12/29 15:41:56	武汉	https://cn.bi...	https://www....	--	117.151.89.103	2111029176833636...	正在访问
+ 7	2021/12/29 15:41:36	成都	https://cn.bi...	https://www....	--	221.237.98.144	2387364963924007...	正在访问
+ 8	2021/12/29 15:40:55	抚州	Bing	https://www....	€ 屏	111.74.173.76	2232854975077625...	9"
+ 9	2021/12/29 15:40:45	吕梁	Bing	https://www....		113.26.10.212	2175408644904749...	正在访问
+ 10	2021/12/29 15:40:39	北京	https://cn.bi...	https://www....	--	123.119.185.38	2221340682588644...	正在访问

图 7.5

② 趋势分析

用于分析不同的时间段的流量数据，如今天、昨天、七天、最后 30 天或指定时间段的流量数据。



图 7.6

用户可以通过百度统计查看一段时间内用户网站的流量变化趋势，及时了解一段时间内网民对用户网站的关注情况及各种推广活动的效果。百度统计可以针对不同的地域对用户网站的流量进行细分。

(2) 来源分析

① 全部来源

查看网站的所有流量来源数据，通过搜索引擎、外部链接、直接访问的比例数据。

用于分析网站的流量主要来自哪些平台、通过哪些方法得到的流量。

② 搜索引擎

可查看每个搜索引擎来的流量比例数据。

比如外贸网站的搜索引擎肯定是谷歌、必应等海外搜索来的流量比较大。

国内中文网站，一定是百度搜索、360、神马 UC、搜狗网等搜索引擎来的流量为主。

搜索引擎	网站基础指标	
	浏览量(PV) ↓	访客数(UV)
+ 1 Bing	19,635	12,808
+ 2 360搜索	4,251	3,499
+ 3 百度	2,707	1,657
+ 4 神马搜索	915	769
+ 5 Google	346	268
+ 6 夸克搜索	113	99
+ 7 头条	92	58
+ 8 搜狗	16	14
当前汇总	28,075	19,172

图 7.7

③ 搜索词

用户可以通过搜索词了解各种来源类型给用户网站带来的流量情况，包括搜索引擎（精确到具体搜索引擎、具体关键词）、推介网站、直达等。通过来源分析，用户可以及时了解到哪种类型的来源给用户带来更多访客。

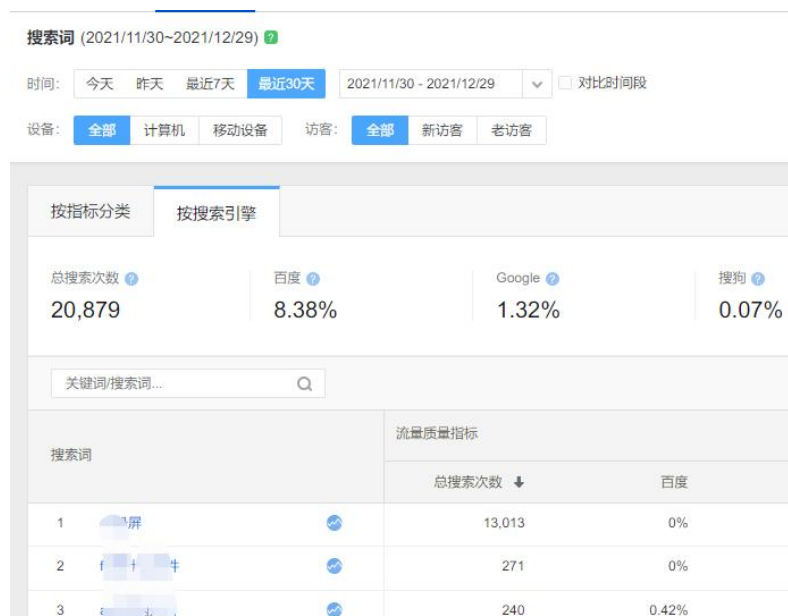


图 7.8

(3) 访问分析

① 受访页面

网站各个页面的访问情况，重点从页面价值、入口页和退出页进行分析。分析哪些页面访客最高、页面的浏览量高、访客数多等信息。

页面价值分析：重点考量浏览量、贡献下游浏览量和平均停留时长；

入口页分析：重点考量浏览量和入口页次数；

退出页分析：重点考量浏览量、退出页次数和退出率。

② 页面点击图

统计访客在您网页的鼠标点击情况，并通过不同颜色的区域展示出来。帮助您了解访客在网站上的关注点，并根据点击热度进行优化网页设计。[页面点击图](#)是一个非常推荐的功能，通过热点图直观的形式来展示网站访客的浏览行为习惯。

添加要分析的页面地址，可以免费设置 3 个页面，设置好后百度会记录这些页面的用户浏览点击数据。

热力图及链接点击图这两种视图方式可展示用户的点击习惯，用于改进页面布局调整十分有用。

深颜色表示用户点击的数量越高，反之点击数据越低。

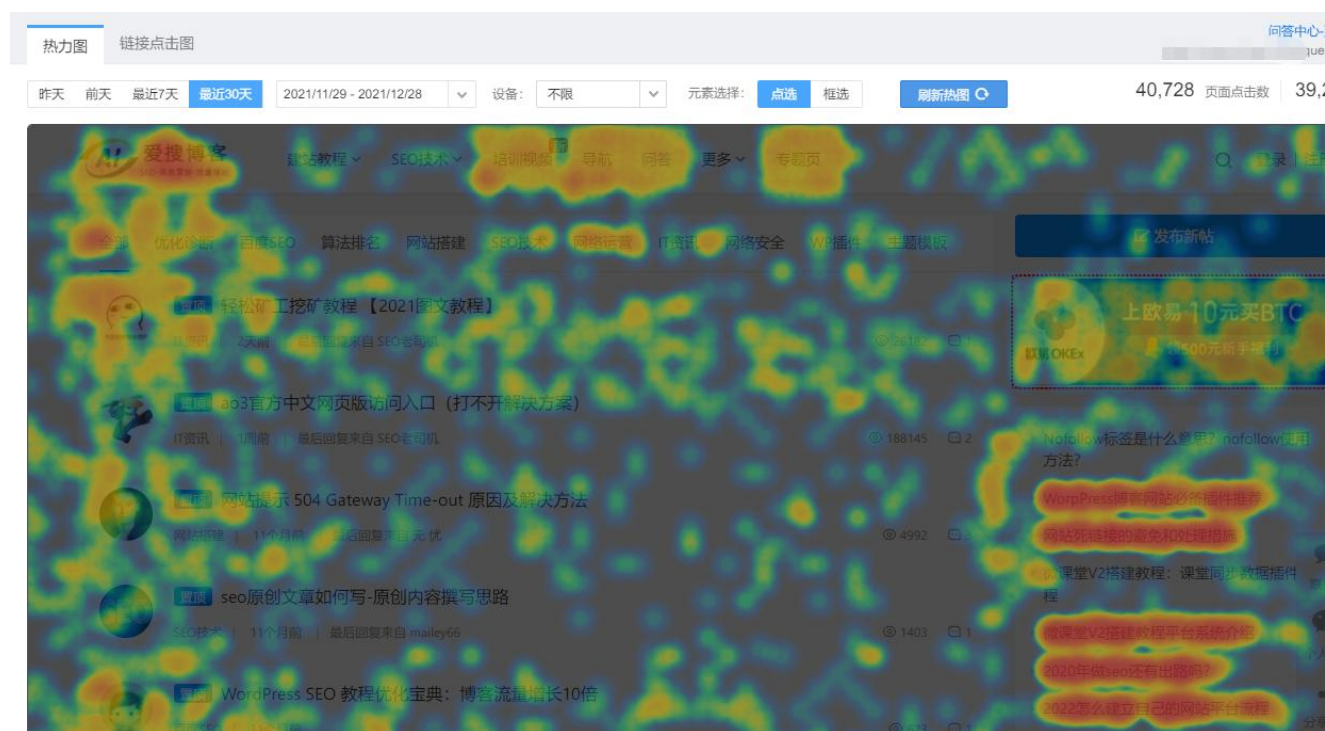


图 7.9

③ 页面上下游

站长可以在系统中所设置的特定页面的流量来源及去向情况监控。帮助您分析特定页面的流量来源及去向，从而优化网站页面路径以提升网站吸引力。

主要分析用户进来和离开的数据：流量从哪里来到网站的、点击了哪些页面，最后从哪个页面退出的。

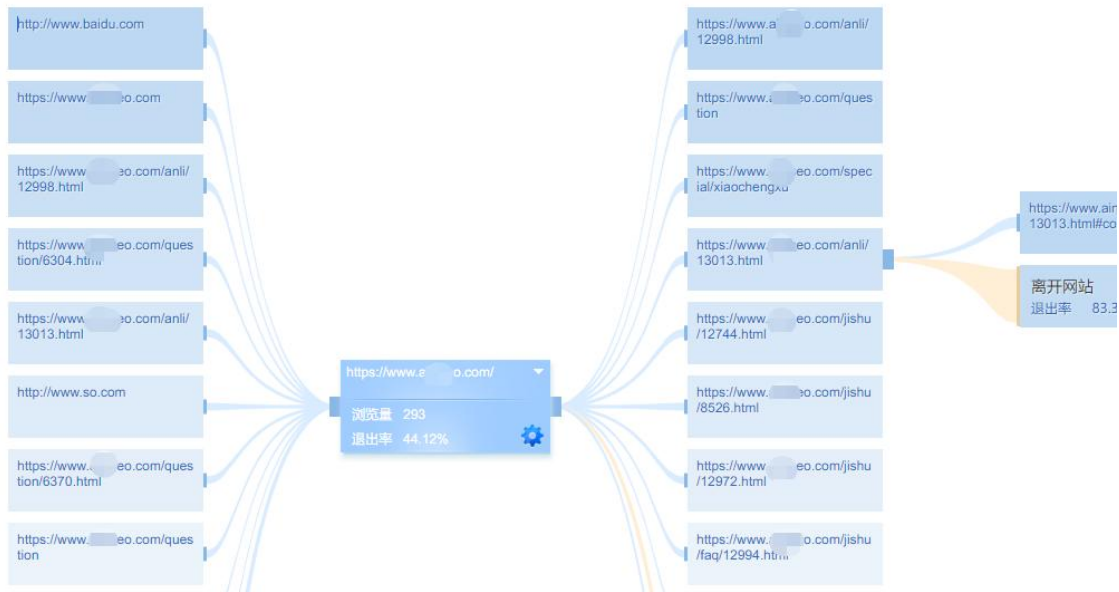


图 7.10

(4) 转化分析

① 转化路径

可以通过百度统计设置用户网站的转化目标页面，比如留言成功页面，方便用户及时了解在某一段时间内的各种推广手段是否达到了用户预期的业务目标，从而帮助用户有效地评估与提升网络营销投资回报率。

适合于电商购买类，有注册登录功能的网站，用于监制页面的转化率，可以起个参考作用。需要自行设置页面路径跟踪地址才可以统计到数据。

② 地域分析

各个地域给网站带来的访客数及流量情况。助您了解网站访问的地域分布，特定地域用户偏好可进行针对性的运营和推广。

查看网站在各个地区的用户情况，比如想知道网站哪些地区用户访问量最高，哪些地区最小，可以针对性提供服务。比如可以针对性提供网站带宽服务，为最多的地区用户提供更顺畅的访问体验等。



图 7.11

3、百度指数

百度指数是百度旗下的在线大数据分析工具。百度指数是以百度海量网民行为数据为基础的数据分享平台。你可以研究关键词搜索趋势、洞察网民兴趣和需求、监测舆情动向、定位受众的特征等。

百度指数官网：<https://index.baidu.com/v2/index.html#/>



图 7.12

百度指数三大作用：

(1) 趋势研究

在该功能中可以自定义输入多个关键词进行相关数据查询，比如搜索指数查询。选择不同的时间段，PC 或移动，全国范围还是指定地区。

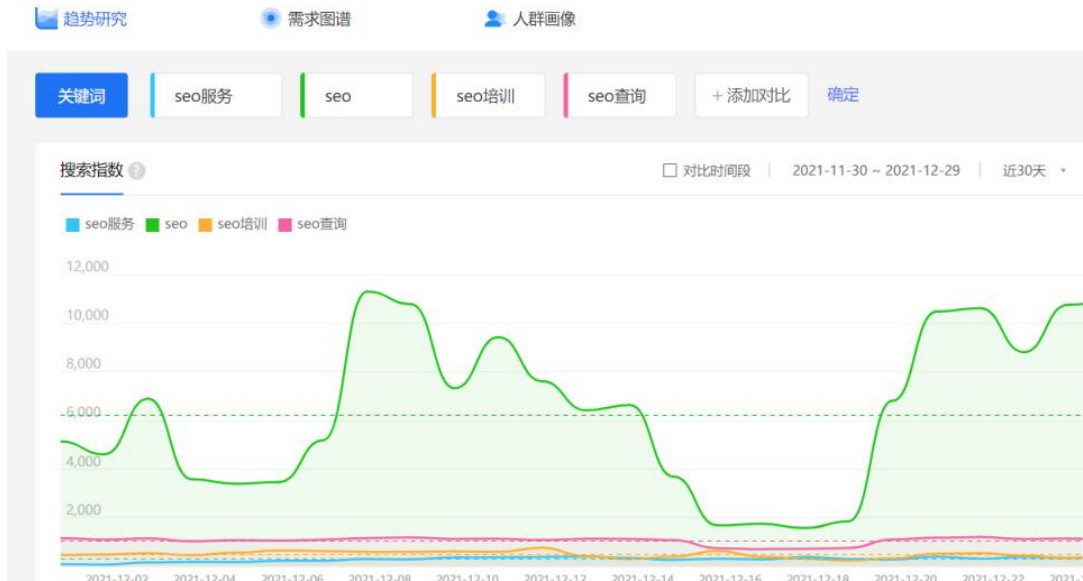


图 7.13

在搜索指数概览中，还提供了详细的数据，包含：整体日均值、移动日均值、整体同比、整体环比数据

201120122013201420152016201720182019

搜索指数概览?

关键词	整体日均值	移动日均值	整体同比	整体环比
seo服务	307	17	-6% ↓	-20% ↓
seo	6,218	687	-40% ↓	-32% ↓
seo培训	476	106	-14% ↓	-31% ↓
seo查询	1,033	224	68% ↑	14% ↑

① 数据更新时间：每天12~16时，受数据波动影响，可能会有延迟。

图 7.14

(2) 需求图谱

需求图谱提供了通过用户在搜索该词的前后的搜索行为变化中表现出来的相关检索词需求。

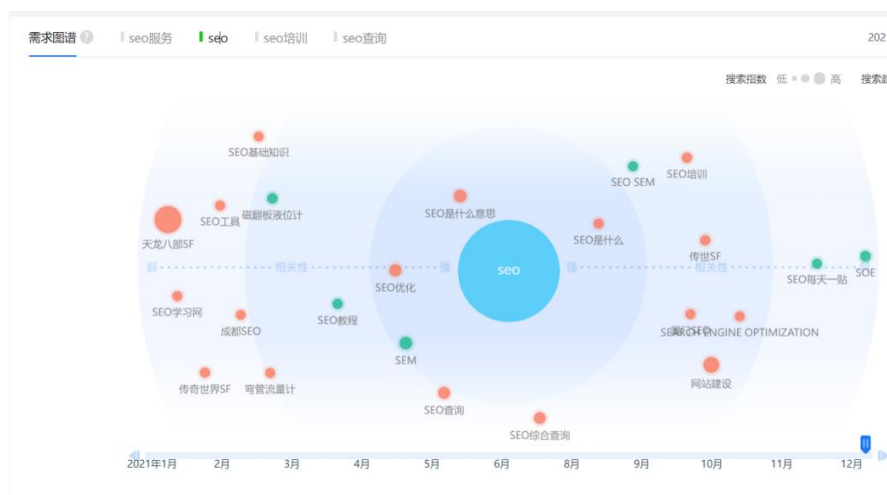


图 7.15

提供的数据还包含了相关词热度：



图 7.16

比如：搜索 SEO 最相关的需求有：SEO 是什么意思、SEO 是什么、SEO 优化、SEO 查询、SEO 教程等需求词。

站长在选定关键词的时候就可以把这些需求词也考虑进去，能够带来潜在的用户和流量。

(3) 人群画像

数据可提供该关键词的用户来自哪些地域。



图 7.17

比例，SEO 这个词的搜索人群主要地域是，江苏、安徽、福建。

人群属性：

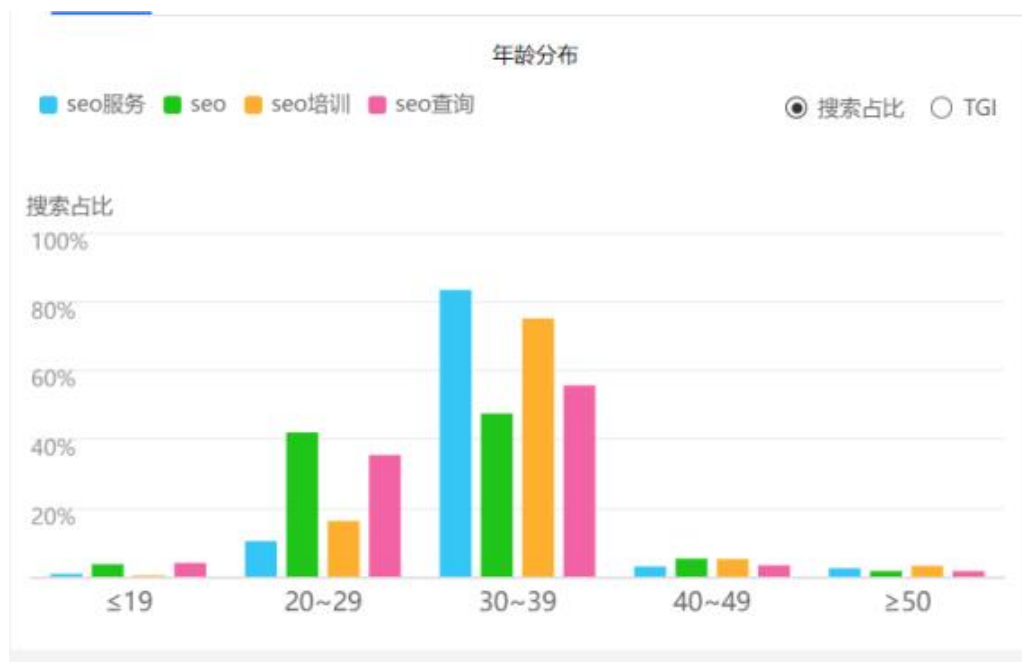


图 7.18

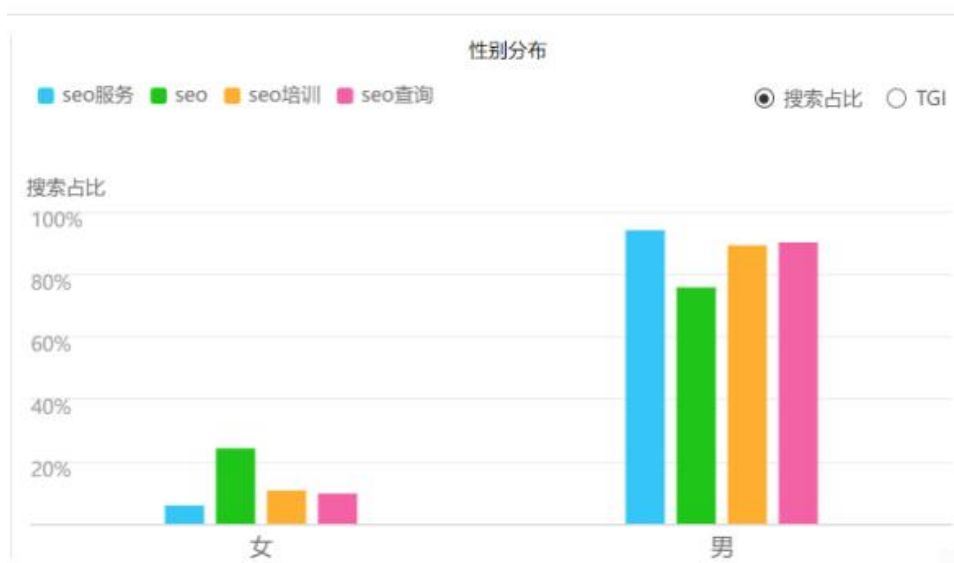


图 7.19

兴趣分布数据：

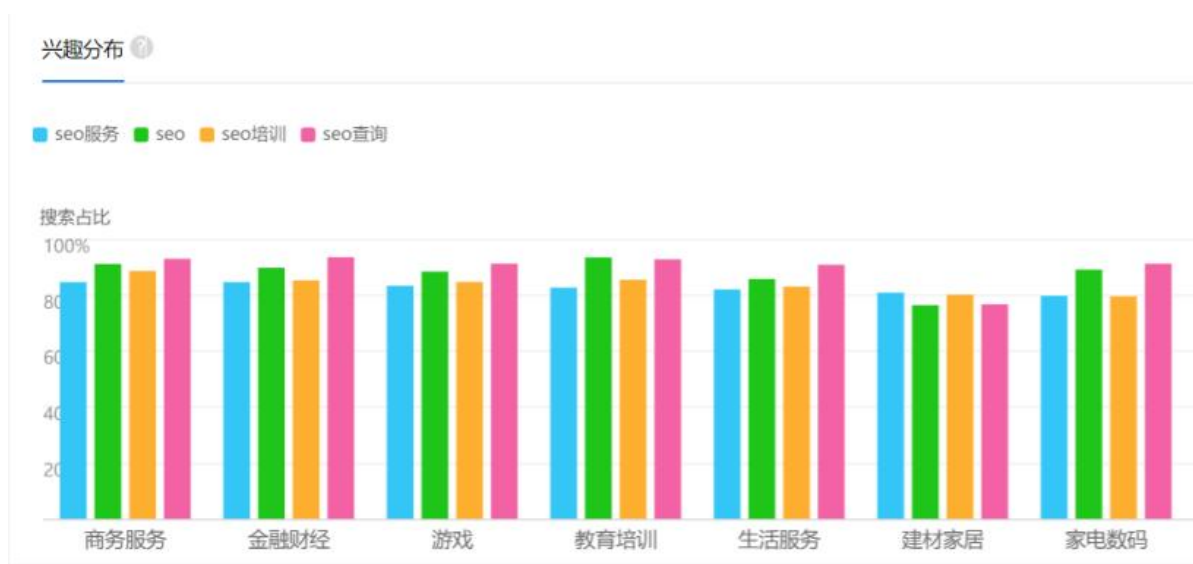


图 7.20

4、关键词规划师

关键词规划师是百度商业用户提供的付费账户服务，提供有 PC 网页版和客户端版本。

个人和企业均可以注册，关键词规划师只是其中一项免费工具。

百度营销地址：<https://tuiguang.baidu.com/>

登录账号并进入页面进入“关键词规划师”如下图：



图 7.21

输入要查询的关键词，即可获取到海量的关键词推荐。



图 7.22

这里提供的关键词数据比较精准，也是提供为付费推广用户使用，数据上有不错的精准度，而且作为实用的关键词挖掘工具，值得推荐使用。

关键词		关键词组合				
包含/不包含		全部地域		偏好设置		自定义 下载
☐	关键词	特色	指导价	月均搜索量	竞争激烈程度	操作
☐	客服系统	热搜	13.07	10298	高	添加
☐	在线客服系统比较好的有哪些	-	1.24	10	高	添加
☐	在线客服系统哪家比较好	-	1.4	<5	高	添加
☐	在线客服咨询系统有哪些好用的	-	1.24	<5	低	添加
☐	有哪些比较好的在线客服系统	-	1.24	<5	高	添加
☐	在线客服系统哪个比较好	热搜	2.02	265	高	添加
☐	在线客服系统一般多少钱	-	1.24	<5	高	添加

图 7.23

可点击下载获取关键词数据供我们进一步分析使用。

5、百度站长工具

百度搜索资源平台，也就是百度站长工具。是百度官方的站长数据分析工具。如图 7.24。

官网地址：<https://ziyuan.baidu.com/>

注册并验证网站后，就可以获得各项网站关键词的数据，官方导出数据值得借鉴。

主要功能：

- 流量与关键词数据
- 索引量数据
- 链接提交
- 抓取异常诊断



图 7.24

(1) 收录与提交

分为：快速收录、普通收录。

快速收录工具可以向百度搜索主动推送资源，缩短爬虫发现网站链接的时间。对于高时效性内容推荐使用快速收录工具，实时向搜索推送资源。

- 该功能是需要符合百度内容质量要求，自动开通或达到审核后才开通的权限，可以实现内容的快速收录索引；
- 根据内容的数据提供不同数量的提交额度；
- 新网站和不符合要求的内容暂时没有快速收录权限；
- 普通收录工具可以向百度搜索主动推送资源，缩短爬虫发现网站链接的时间，不保证收录和展现效果。

普通收录是所有的网站都可以使用没使用限止，可通过 API、sitemap 地图、手动提交的方式向百度提交网页数据来实现收录的目的。

普通收录

使用说明

- 1、普通收录工具可以向百度搜索主动推送资源，缩短爬虫发现网站链接的时间，不保证收录和展现效果。
- 2、API提交和手动提交共享配额，每日至多提交10万条有价值的内容，sitemap提交配额不与其他方式共享，具体配额以站点页面显示数据为准，配额不可累计，当日有效。
- 3、若链接存在跳转关系，请直接提交跳转后链接。如网站换域名，需提交新域名资源；进行HTTPS改造页面，请提交HTTPS资源。

资源提交

数据反馈

API提交
sitemap
手动提交

请填写数据文件地址
今日提交上限：10条 今日提交余额：10条

示例如下：

www.site.com/site.txt

www.site.com/site.xml

- 文件地址格式为txt或xml，每个地址文件最多包含50,000个网址且需小于10MB。
- sitemap提交工具仅对已验证站点开放使用，开发者无法提交同一主域下其他未验证站点的数据。[详细说明](#)

图 7.25

(2) 死链提交

死链提交工具是网站向百度提交死链的数据推送工具，被推送死链将被百度搜索屏蔽。网站存在大量死链，将影响网站的站点评级，建议存在大量死链内容的网站，使用本工具。

请填写您的死链文件更新周期

每隔：1
天
更新一次

请填写死链文件地址

今日提交上限：5条

https://www.baisokeji.com/404.txt

- 请在输入框中填写当前选择站点的死链文件地址，每行一条
- 请勿提交索引型sitemap，索引型不予处理，且若存在索引型sitemap，将不允许提交新文件；请删除索引型sitemap后再尝试提交数据
- 文件地址格式为txt或xml，每个地址文件最多包含50000个网址且需小于10MB
- 如果验证了网站的主域，那么sitemap文件中可包含该网站主域下的所有网址

提交

图 7.26

当进行网站改版、删除垃圾页面等操作，需要主动向百度搜索引擎提交已经索引的 404 网页地址，请求百度从数据库中剔除这些过失 404 错误页面。

(3) 索引量

查看网站的收录数据，真实的反馈出网站在搜索引擎收录的数据和数量情况，索引量变化和日期数据。

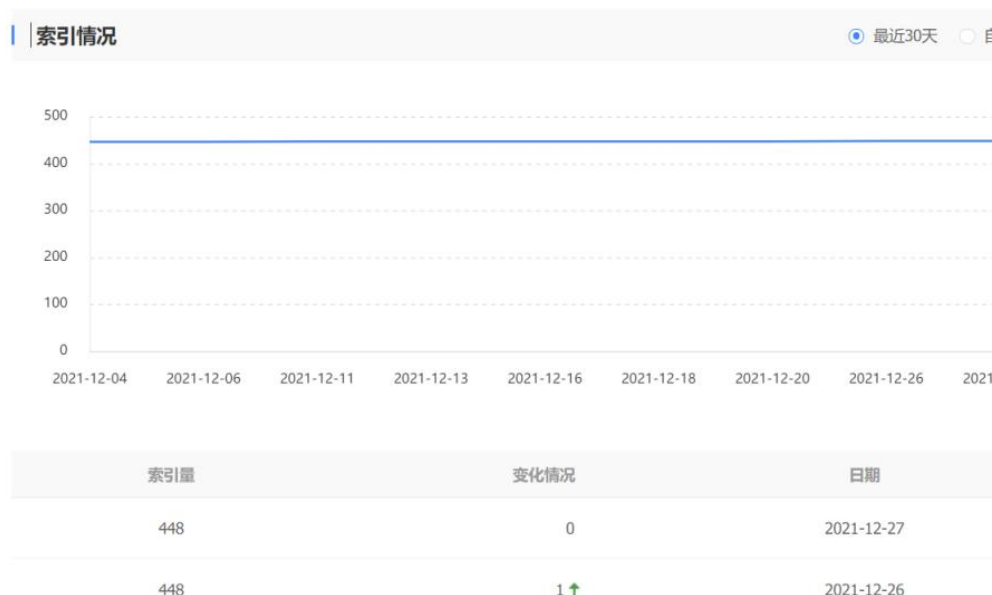


图 7.27

(4) 流量与关键词

提供站点的热门关键词在百度搜索结果中的展现及点击量数据。

可查看天、周、月及指定日期的关键词排名流量数据。

(5) 抓取诊断

抓取诊断工具，可以让站长从百度蜘蛛的视角查看抓取内容，自助诊断百度蜘蛛看到的内容和预期是否一致。

让 spider 程序以不同的 UA 来抓取指定的页面，反馈相应的数据来判断网页的正常程度。可查看百度 Spider 抓取结果及页面信息和返回 HTTP 头 信息，这样就可以方便的判断出网站是否存在抓取或异常情况。

以下是百度Spider抓取结果及页面信息:

提交网址: <https://www.bsoo.com.cn/>
抓取网址: <https://www.bsoo.com.cn/>
抓取UA: Mozilla/5.0 (compatible; Baiduspider/2.0; +http://www.baidu.com/search/spider.html)
抓取时间: 2021-12-30 23:56:29
网站IP: 150.***.***.81 [报错](#)
下载时长: 0.164秒

返回HTTP头:

```
HTTP/1.1 200 OK
Date: Thu, 30 Dec 2021 15:56:30 GMT
Content-Type: text/html
Transfer-Encoding: chunked
Connection: close
Cache-Control: public, max-age=7200
Expires: Thu, 30 Dec 2021 17:56:30 GMT
```

图 7.28

同时也可以配合“抓取异常功能”来使用，可分析出以下常见问题：服务器错误、访问被拒绝、找不到页面、其他错误。

(6) Robots

这是一个文本形式的抓取规则协议文件，存放于站点的根目录中。

robots.txt 可以告诉百度您网站的哪些页面可以被抓取，哪些页面不可以被抓取。

针对网站的不同程序功能和路径来添加设定相应的抓取规则，允许抓取哪些页面路径，不允许抓取哪些格式网页和路径等。

建议[每个页面都完善 robots.txt 规则](#)，并且在这里进行分析校验规则的正常性。

(7) HTTPS

HTTPS 协议的站点信息更加安全，同时可降低网站被劫持的风险，如网站同时存在 HTTP 和 HTTPS 站点，可使用本工具进行认证，便于百度搜索识别网站 HTTP 与 HTTPS 之间的对应关系。

建议[所有网站开启 HTTPS 域名证书安全服务](#)，并且第一时间把网站的 HTTPS 域名信息在这里反馈给百度，可以使网站更加安全并保证排名效果。

输入关键字 热门关键词				
关键词	点击量	展现量	点击率	排名
seo外包	1640	86767	1.89%	10.3
百搜科技	877	1856	47.25%	4.2
百度关键词优化多少钱一年	736	25962	2.83%	3.3
seo建站	498	24090	2.07%	1.3
seo分析	265	17645	1.50%	3.3
关键词优化价格	259	18067	1.43%	3.9
关键词seo报价	226	14580	1.55%	1.1
北京seo公司	203	21393	0.95%	6.4
seo服务	182	73803	0.25%	10.6

图 7.29

6、光年日志分析器

网站日志分析器的作用，可以帮助无经验的站长快速分析自己的网站的 IIS 日志数据，并且生成详细的网站分析日志报表供站长查阅，适合新手分析使用。

- (1) 日志的大小的波动，可以知道蜘蛛访问网页数量的变化；
- (2) 搜索引擎访问次数的多少，可以看出搜索引擎对网站的重视程度；
- (3) 从搜索引擎访问的路径，能知道搜索引擎哪些 IP 段蜘蛛，访问了哪些网页，及服务器是否返回正常；
- (4) 在 404 访问错误的网页中，可以看到每个日志文件中的哪些网页。

搜索引擎访问错误，可以导出错误页面表，并以此排除网站中的错误页面下载地址：网站搜索光年日志分析器即可。

工具如图 7.30

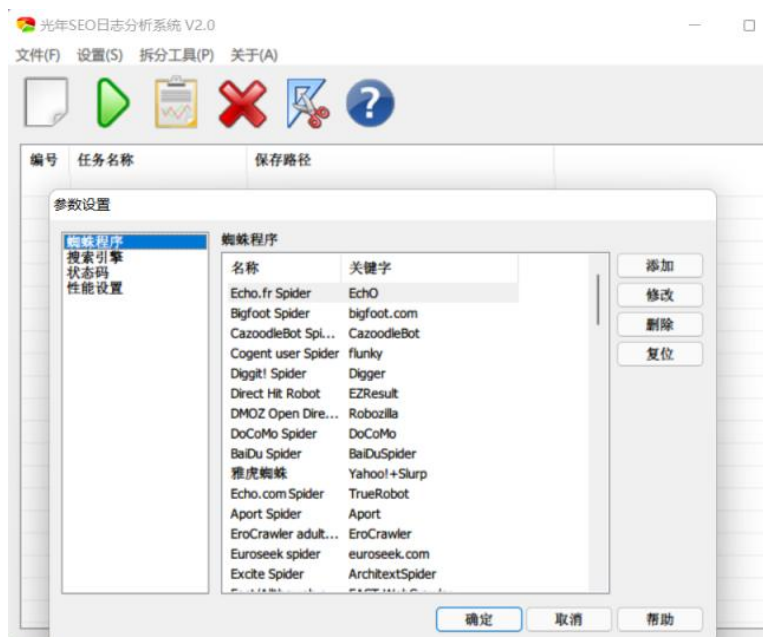


图 7.30

需要注意的是，该工具长时间没有更新版本，许多 UA 特性和 IP 数据可能不精准，只供参考数据不能作为最精准的工具来使用。有 SEO 技术能力的站长还是推荐使用 excel 表格进行人工分析，这样获得的数据是相比工具来说是比较精准的。

这里也有个在线分析网站日志的 Web 工具站，也供参考使用，蜘蛛访问日志分析：

<https://www.loghao.com/spiderlog>



图 7.31

使用方法比较简单，从自己网站主机服务器获取下载日志文档，进行上传，填写网站的域名，即可在线分析该日志的蜘蛛抓取数据。

第八章 网站与安全

1、主机服务器安全

互联网上数据无时无刻不被偷窥和嗅探，选择适合的网站服务器是提升网站安全的根基。在 2021 上半年我国互联网网络安全监测数据分析报告中指出：

网站后门

境内外 8,289 个 IP 地址对我国境内约 1.4 万个网站植入后门。

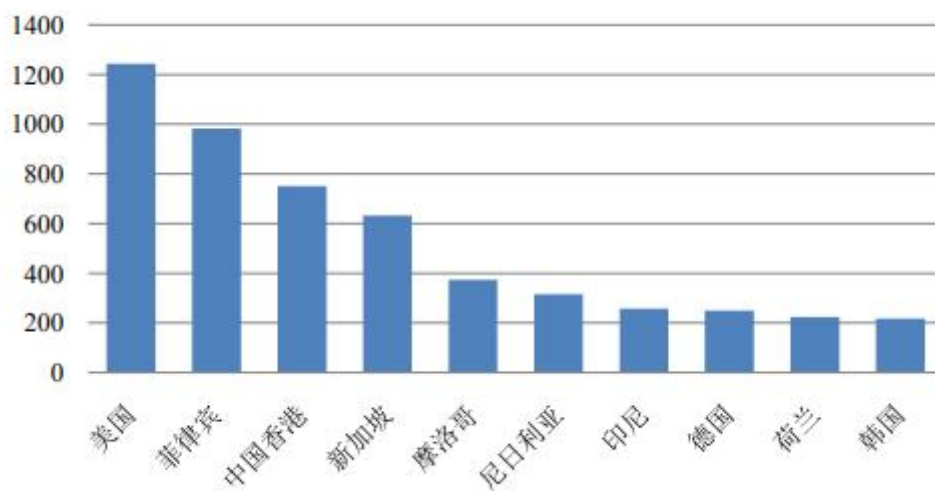


图 8.1

网页篡改

我国境内遭篡改的网站有近 3.4 万个，其中被篡改的政府网站有 177 个。从境内被篡改网页的顶级域名分布来看，占比分列前三位的仍然是 “.com” “.net” 和 “.org”，分别占总数的 73.5%、5.4%和 1.8%。

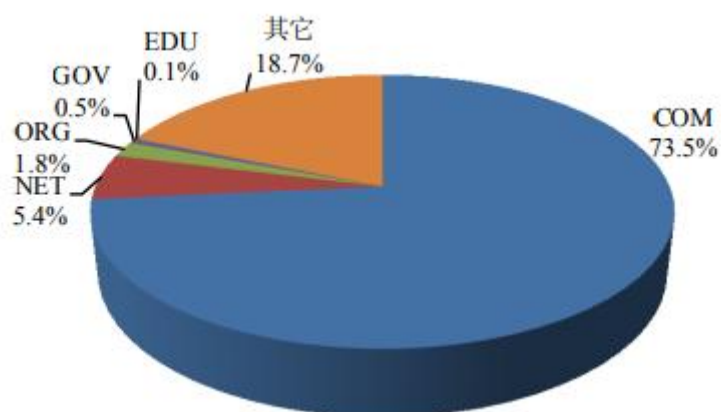


图 8.2

更为详细的安全数据报表地址见：

https://www.cert.org.cn/publish/main/46/2021/20210731090556980286517/20210731090556980286517_.html

为尽可能把网站数据安全风险降到最低，针对站长们提供以下建议：

- 选用国内知名的云服务器提供商，购买稳定、靠谱的主机产品搭建网站；
- 使用独立 IP 地址的主机产品，减少与他人共同 IP 带来的潜在风险；
- 主机带有可靠的安全防护措施，比如备份、防火墙、CDN、加密等功能。

2、网站数据与隐私

保护网站的客户信息与隐私，这也是不少网站长忽略的问题之一。

比如客户的会员主页信息、注册用户的个人信息资料、联系方式、订单记录信息等。曾经支付宝就因为泄露了用户的订单支付信息记录被各大媒体曝光，被谷歌大量抓取了支付宝用户隐私数据。



图 8.3

<https://safe.it168.com/a2013/0328/1467/000001467153.shtml>

在此提醒特别是一些有一定用户规模的注册会员网站，尤其要注意保护客户会员的隐私信息联系方式订单等数据。

完善会员权限功能

网站有会员注册和展示功能的网站当中，需要考虑到页面的隐私评估，比如招聘类网站的个人简历页面，是否允许 spider 抓取收录呢？

比如电商购物类网站，用户的订单和历史记录是否会被 spider 抓取到，这些都是需要网站技术与开发人员进行测试，做相应的保护措施。



图 8.4

知名的招聘类网站都有访问限止，登录后才可查看权限，这样就很好的规避了匿名访问抓取的泄露隐私信息问题了。

设置 robots.txt 抓取协议

robots.txt 可以告诉百度您网站的哪些页面可以被抓取，哪些页面不可以被抓取。

网站人员可以通过 Robots 工具来创建、校验、更新您的 robots.txt 文件，或查看您网站 robots.txt 文件在百度生效的情况。可以通过百度站长平台 Robots 工具查看校验写法是否符合要求：<https://ziyuan.baidu.com/robots/index>



图 8.5

如果你网站目前还没有创建 robots.txt 文件，请手动创建添加相应的路径屏蔽规则。

重要提示：如果站长本人无法得知网站程序结构和路径，可以联系对应的网站开发人员提供协助，开发人员更加清楚哪些是隐私页面和功能。

站长工具 robots 文件生成：<http://tool.chinaz.com/robots/>



图 8.6

下图为海外支付网站 paypal.com 网站的 robots.txt 抓取协议，可以看到有大量的 robots 抓取阻止规则 (Disallow:意为：不允许禁止的意思)。如图 8.7 所示：

```

< > ↺ 🏠 🔒 https://www.paypal.com/robots.txt

### BEGIN FILE ###

# PayPal robots.txt file

User-agent: *
Disallow: /cgi-bin/
Disallow: /il/cart/
Disallow: /*?cmd=_pce*
Disallow: /row/
Disallow: /xclick-auction*
Disallow: /affil/
Disallow: /*?cmd=_flow*
Disallow: /*?cmd=_mobile-activate-outside
Disallow: /*?SESSION*
Disallow: /*?cmd=_s-xclick*
Disallow: /subscriptions/
Disallow: /ireceipt/get/
Disallow: /ireceipt/get?
Disallow: /getCallUsInfoData/
Disallow: /*?action=callus
Disallow: /loadHelpcenterDecouplePage
Disallow: /limited-release/
Disallow: /files/developer/
Disallow: /*?content_ID=developer
Disallow: /ebook/
Disallow: /IntegrationCenter/
Disallow: /*/limited-release
Disallow: /*/ebook
Disallow: /*/IntegrationCenter
Disallow: /*/ece/
Disallow: /*/webscr/
Disallow: /*?cmd=_xclick*
    
```

图 8.7

3、网站被黑挂马查询

网站被黑在日常网站运营过程中屡见不鲜，形式有网站被黑、恶意链接跳转、页面被篡改、内容被植入等等，也一直是困扰站长们问题。

网站安全检测工具：<http://tool.chinaz.com/webscan/>



图 8.8

网站被黑挂马

根据网络安全公司发布的统计显示：国内超过 60%的网站存在漏洞、超过 40%的网站存在后门，互联网上每天都在爆发站点被黑、植入木马等攻击事件。黑客主要利用网站中交互性程序或开源的编辑器等组件漏洞进行操作。

网站被黑百度会有明显的风险提示，如图所示：



图 8.9

恶意劫持跳转到非法网站

常见的一些利用网站 sql 注入攻击以及暴力破解等等手法拿到了网站的最高权限，通过上传脚本后门 webshell 上传恶意木马程序，导致用户网站跳转到博彩、色情等违法网站上以获取流量。



图 8.10

特别注意检查网站的收录是否异常，收录流量暴涨的情况下，就要小心谨慎了。

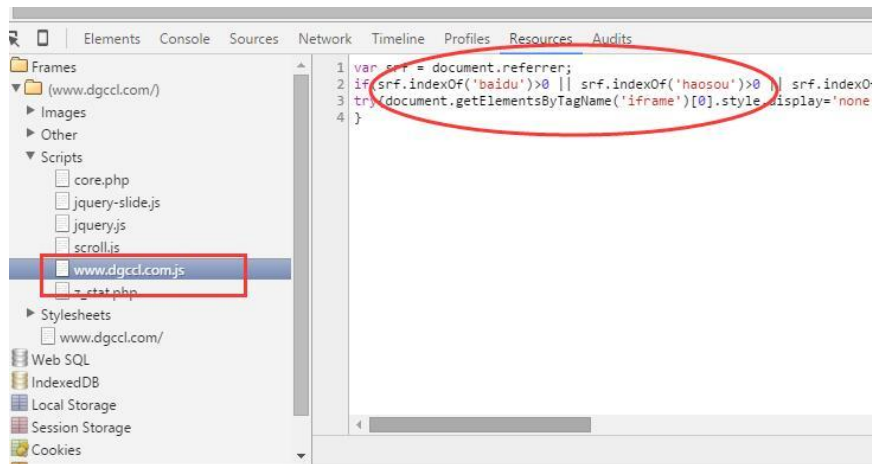


图 8.11

植入大量黑链

在检查网站源代码中出现了陌生的锚文本链接地址，包含一些不良的关键词时，需要对网站进行彻底的检查，清除网站中隐藏的恶意后门程序代码。如图所示：



图 8.12

第一时间联系服务器商协助解决，公司有技术人员的情况下让专业技术人员进行处理解决，短时间内把网站恢复到正常状态。



图 8.13

网站被挂马的解决方法

可下载“D 盾 Web 查杀工具”，该软件工具使用自行研发不分扩展名的代码分析引擎，能分析更为隐藏的 WebShell 后门行为。

工具下载地址：<http://www.d99net.net/News.asp?id=62>



图 8.14

把全站程序源码打包下载到电脑中，把程序目录放至软件界面中，点击扫描即可对全站目录进行彻底查杀，发现有恶意代码风险后门 PHP 程序会提示具体的问题和路径，针对这些风险代码进行清除即可。如图所示：

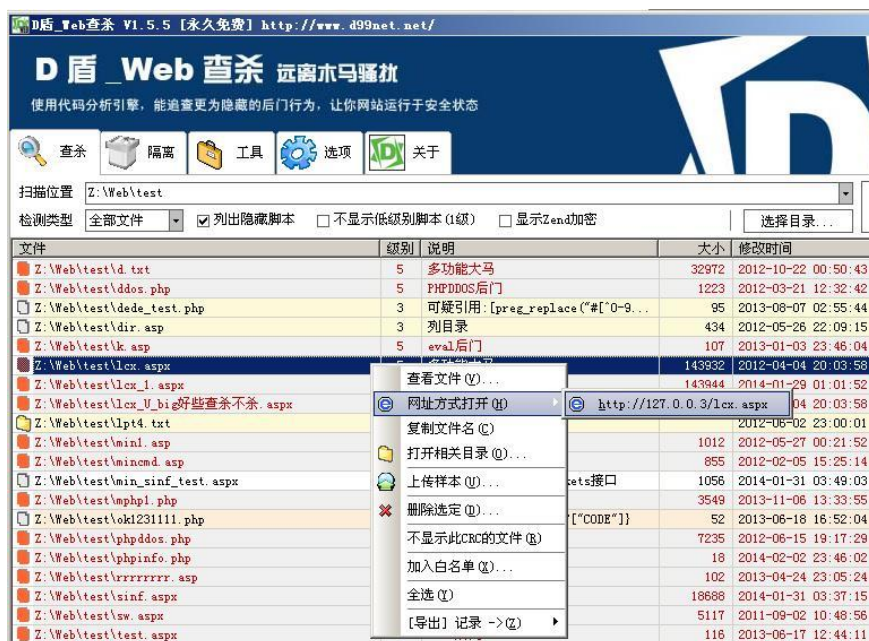


图 8.15

4、风险预防与规避

网站安全不容忽视，应采取**早发现**、**早恢复**原则，把网站影响风险降到最低。

在此给站长以下建议：

- 每天检查自己网站的收录数量，是否有异常情况，比如流量关键词暴涨；
- 定时维护更新程序版本和补丁，第一时间进行修复和升级程序；
- 定期查看分析网站日志分析，发现异常请求 IP 第一时间处理；
- 每天通过 site 搜索指令查看百度收录结果，是否有违法的页面出现。

站长们可借助于网站安全检查工具，检查自身网站安全性。如图 8.16

- 腾讯在线网址检测 <https://urlsec.qq.com/check.html>
- 百度网址安全中心 <https://bsb.baidu.com/>
- 360 威胁情报中心 <https://ti.360.cn/#/homepage>
- 腾讯安全应急响应中心 <https://security.tencent.com/ti>

首页

在线安全 ▾

拦截标准 ▾

产品服务 ▾

网站安全检测

立即检测

图 8.16

第九章 网站分析方法

1、竞争对手分析

通常使用站长之家工具和去查网，数据包括：世界排名、流量排名、日均 IP、日均 PV；百度权重；百度快照；谷歌 PR；响应时间；域名年龄；百度流量统计；今日收录；百度收录、谷歌收录、360 收录。



图 9.1

一般对方网站不会提供权限给外人查询，只能借助于第三方工具进行分析，来获取一些基础网站信息来判断网站的竞争度，以便于评估网站的超越方案。

2、关键词排名监控

推荐使用 5118 的关键词排名监控功能，可以把关注的同行网站进行监控数据，通过数表形式把同行网站分析列出，第一时间就可以了解同行网站的流量关键词变化。

工具使用地址：<https://monitor.5118.com/keywords>

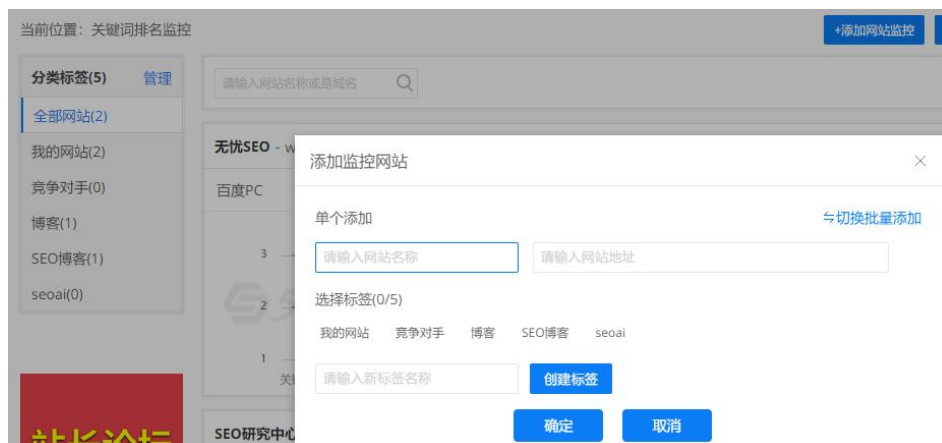


图 9.2

3、网站日常分析方法

利用网站日志分析工具进行分析，主要分析的内容包括搜索引擎蜘蛛的爬行次数、服务器的响应代码、访问的页面、IP 段这 4 项内容。

蜘蛛爬行次数，反映了网站的更新频率和网站的权重，次数降低可能是作弊被惩罚，或者网站更新的太慢。

服务器的响应代码，表示服务器对用户访问返回的状态，主要有 200 指成功返回，304、404 表示返回错误。

访问的页面，表示搜索引擎蜘蛛爬行的页面，可以分析网站那些页面被爬行。

4、关键词数据统计分析

关键词数据包括关键词的排名情况和关键词的流量情况，通过分析排名情况和流量情况，了解网站的优化效果，调整网站关键词的优化重点。

百度站长平台的“流量与关键词”就是非常不错的分析工具。可以轻松了解网站在不同的时间段，本月、上月时间进行对比，展现量和点击量的增长变化，一目了然。如图：



图 9.3

只要掌握了关键词流量变化,就能够分析出在哪个时间段网站做了哪些操作和改动,从而针对性地对网站进行调整和修改。

5、网站流量分析

分析的内容是网站在一定时间段内,从各个搜索引擎中获得的关键词流量数据。要查询网站的关键词流量,就必须使用网站统计工具,如百度统计。

针对百度优化的用户,可以选择百度统计,因为百度统计有百度索引量和网站外链两项功能,可以查询网站在百度的数据情况,由于是自己的工具,数据的准确性也更高。如图为百度统计后台的关键词流量数据,这一数据与网站的关键词排名数据是有一定区别的,它是真实的网站通过搜索引擎来到网站的流量,这些关键词对网站优化有很大的帮助。

搜索引擎	网站基础指标		
	浏览量(PV) ↓	访客数(UV)	IP数
+ 1 Bing	19,673	12,750	12,663
+ 2 360搜索	4,161	3,413	3,395
+ 3 百度	2,893	1,821	1,817
+ 4 神马搜索	915	767	766
+ 5 Google	345	260	260
+ 6 夸克搜索	114	100	100
+ 7 头条	91	57	57
+ 8 搜狗	13	11	11
当前汇总	28,205	19,179	19,069

图 9.4

通过百度统计查询的关键词流量数据，建立一个关键词流量表格，包含关键词、网站 URL、一段时间内的 IP 量、关键词的排名这四项数据，用以帮助选择网站推广关键词。

6、网站权重分析

分析网站权重是了解网站的优化等级，这是搜索引擎对网站的一个整体评价，从网站的权重也可以看到网站的运营和优化状态。不管网站主要靠品牌直接来的流量，还是依靠搜索引擎来的流量，只要流量高，网站的权重都比较高，而如果网站受到搜索引擎惩罚，也能从网站权重看出来。

我们常见的网站权重主要包括：百度、360、搜狗、谷歌，而我们主要分析的是百度权重。



图 9.5

反映的是百度关键词流量的等级，百度流量越大网站的百度权重越高，如果受到搜索引擎惩罚，排名下降，流量减少，百度权重也会降低，网站权重在交换友链的时候尤其重要，通常权重高的和高的交换，如果权重太低很难交换到好的友情链接。

数据中可以罗列出：全部关键词、跌出关键词、涨入关键词。

第一时间可以知晓网站的关键词变化。

涨入关键词约 26 条				
全部关键词	跌出关键词	涨入关键词	被竞价关键词	阿拉丁
关键词			指数	原排名
seo 外包			15	50名外
人工智能seo优化			2	50名外
seo解决方案			2	50名外
seo优化外包公司			13	50名外
seo外包公司需要什么			2	50名外
seo外包公司		挖词	41	50名外
seo优化大概多少钱			6	50名外
顶尖的seo外包			11	50名外
seo建站公司			18	50名外
seo关键词推广需要多少钱			2	50名外
seo咨询顾问			5	50名外

图 9.6

7、网站收录分析

收录受网站质量，如网站的权重、页面的质量、合理的链接等众多因素的影响。所以网站的收录往往反映网站的整体质量，所以在交换友链时，SEO 工作人员也比较关注收录量，收录不正常可能是网站权重、链接、质量等因素异常所导致；而且当网站受到搜索引擎惩罚时，网站的收录一般都会下降，通过日常分析可以监测网站是否被惩罚。

百度资源平台工具：索引量



图 9.7

网站的收录主要根据搜索引擎划分，如百度收录、谷歌收录、SOSO 收录、搜狗收录、360 收录等，目前由于各搜索引擎的使用率不同，暂时只分析百度收录、360 收录，外贸网站要关注谷歌收录。

查询收录可以直接到搜索引擎使用 Site 命令，如 `site:www.bsoo.com.cn`，也可以直接使用站长工具查询。



图 9.8

网站的收录数量应该做好记录，以便后面对工作的效果进行分析，并且如果是优化团队管理者，可以用这些数据向领导汇报工作的成效。

8、页面收录分析

针对网站页面的收录情况进行分析，比如网站是否当天收录，页面的收录率多少，可以通过手工查询方式或者是工具批量查询获取。

一般高权重网站收录都是比较慢的，也有些网站隔天收录或者是隔几天收录。



图 9.9

如示例中的网站，一周有收录 3 天，搜索结果中直接会显示出收录的天数。通过这种方式就可以得知网站的收录频率和收录数量，对网站权重考量也能起个参考作用。



图 9.10

收录快的网站对 SEO 有利，也容易换到友情链接，站长们都比较看重这个收录时间。

这里推荐使用 5118 工具插件，可以直接安装到浏览器中，通过浏览器直接可以查看到各项网站数据，不用手动一个个查询了。非常方便高效。

官方工具插件地址：<https://tool.5118.com/>

如图所示：



图 9.11

9、用户行为分析

用户行为，就是用户浏览网站的行为，包括用户点击多个页面、页面停留、跳出页面三种行为。

通过这三种行为，可以发现很多网站的有用数据，例如用户点击最多的页面是哪个、用户停留时间最长的页面是哪个、用户跳出率最高的页面是哪个、用户在哪个页面点击下一页次数最多、入口用户最多的页面是哪个、跳出率最高的关键词、多次点击最多的关键词等等，还有很多这样的数据，可以分析出网站优化的问题，解决存在的问题，网站优化才能做好。

分析网站的这些数据，需要用到网站统计工具，前面已经讲到过网站统计工具，这里用（图 9.12）某网站的百度统计数据做演示。

页面URL			网站基础指标	
			浏览量(PV) ↓	访客数(UV)
1	https://www.bsoo.com/question/8553.html		6,543	5,771
2	https://www.bsoo.com/question/7463.html		5,980	5,066
3	https://www.bsoo.com/question/7560.html		3,359	2,811
4	https://www.bsoo.com/question/8812.html		2,756	2,600
5	https://www.bsoo.com/question/10243.html		2,433	2,158
6	https://www.bsoo.com/question/8170.html		1,913	1,677
7	https://www.bsoo.com/question/10640.html		1,849	1,699
8	https://www.bsoo.com/question/5273.html		1,745	1,668
9	https://www.bsoo.com/question/6370.html		1,729	1,647
10	https://www.bsoo.com		1,373	940
11	https://www.bsoo.com/question/11691.html		919	795

图 9.12

(1) 用户点击次数

从中可以知道网站浏览量最大的一些页面，如果网站需要推出一些新产品，可以在浏览最多的网页做推广，或者利用链接导入到产品页面。

(2) 用户停留时间

从页面浏览时间的长短可以看出页面是否符合用户需求，用户不会在不满足自身需求的网页停留很久。也就是说如果网页不能快速传达主题，用户就很可能离开，所以用户停留时间太短的网页，往往是需要优化的。更好的传达出网页的主题，让用户更容易的找到需要的信息。

网站基础指标		流量质量指标		
浏览量(PV)	访客数(UV)	贡献下游浏览量	退出页次数	平均停留时长 ↓
1	1	0	1	00:31:47
1	1	0	1	00:29:43
1	1	0	1	00:27:03
1	1	0	0	00:26:58
2	2	0	2	00:20:56
7	2	0	3	00:18:32
2	2	0	1	00:15:04
1	1	1	0	00:14:18
1	1	0	1	00:13:27
1	1	0	1	00:12:54
9	9	0	7	00:12:04
5	4	2	1	00:11:34

图 9.12

(3) 用户跳出率

用户跳出网站和在网页停留时间短相似，说明网页不能满足用户的需求，或者难以满足用户的需求。如果跳出率达到100%，说明网页的体验很差，这些网页需要重新优化内容或者用户体验，并建立其他出口链接导入到其他网页。

(4) 入口页面

也就是通过这些页面进入网站的用户最多，可能是通过关键词进入，可能是直接点击进入，也可能是通过外链进入。不论是通过什么方法点击这些页面进入网站，它们相当于网站给用户的第一印象，如果这些页面能优化好，让用户有兴趣点击其他页面浏览，或者让用户直接转化，那么网站的 PV 值和转化率都将提高很多。

入口页面 (2021/12/25~2021/12/31) ?

时间: 今天 昨天 最近7天 最近30天 2021/12/25 - 2021/12/31 对比时间段



图 9.13

用户的行为能告诉网站，他们喜欢什么不喜欢什么，我们要迎合用户的喜好，才能获得用户的认可，所以分析用户行为就势在必行了。

第十章 网站常见问题解析

1、网站有死链

什么是死链

页面已经无效，无法对用户提供任何有价值信息的页面就是死链接（简单地讲，死链接指原来正常，后来失效的链接。如图 10.1），包括协议死链和内容死链两种形式。



图 10.1

- 协议死链：页面的 TCP 协议状态/HTTP 协议状态明确表示的死链，常见的如 404、403、503 状态等；
- 内容死链：服务器返回状态是正常的，但内容已经变更为不存在、已删除或需要权限等与原内容无关的信息页面。

通过百度站长工具里面的抓取异常功能，就可以获取到一些死链接和各项其他错误：



图 10.2

死链的影响

- (1) 几乎很多站都避免不了存在死链接，但死链率过高，会影响搜索引擎对网站的评分；
- (2) 搜索引擎对每个网站每天抓取的频次是限额的，若网站存在大量死链，会浪费掉抓取配额并影响正常页面的抓取；
- (3) 过多死链对网站用户来讲也是体验不好的表现。

死链的产生原因

- (1) 数据库不支持动态链接却设置了动态链接，链接将成为死链；
- (2) 某文件或页面移动了位置，导致指向它的链接变成死链接；
- (3) 网页内容更新并换成其他的链接，原来的链接变成死链接；
- (4) 网站服务器设置错误；
- (5) 建站没有完成就上到服务器；
- (6) 某文件夹名称修改，路径错误链接变成死链；
- (7) 链接书写错误；
- (8) 网站结构改动。

死链的处理方式

将收集好的所有死链接粘贴到网站根目录的一个文档中，再把文档地址提交到百度站长工具（网址：zhanzhang.baidu.com）--网页抓取--死链提交--添加新数据--填写死链文件地址。

🏠 站点信息

📁 资源提交

🚀 快速收录

📄 普通收录

📱 移动适配

🔗 死链提交

📊 数据统计

📈 索引量

🔍 流量与关键词

🔄 抓取频次

🩺 抓取诊断

🚨 抓取异常

死链提交

使用说明

- 死链提交工具是网站向百度提交死链的数据推送工具，被推送死链将被百度的网站，使用本工具。
- 死链抓取后生效时间为1周，如超时未生效，请在反馈中心提交反馈。
- 死链提交工具仅识别404数据，请提交404数据；请勿使用本工具提交非死链。

请填写您的死链文件更新周期

每隔：1

天

更新一次

请填写死链文件地址

示例如下：

www.site.com/silian.txt

www.site.com/silian.xml

图 10.3

若大量死链具有一定的规则，如某个目录下全部为死链接，可提交规则死链。

2、网站被黑挂马

被黑类型说明

(1) 挂马

挂马指网站被黑客通过入侵手段拿到修改页面的权限，在网页的源代码中插入网页木马（恶意代码），用户在访问网页时就会运行网页木马受到漏洞攻击，从而自动下载并执行病毒木马程序。

网站被挂马会导致访问网站的用户电脑感染病毒木马，可能会遭受远程控制、泄露文档资料、账户密码等信息，危害极大。网站在被其他人发现存在挂马后，搜索引擎、杀毒软件、浏览器等会进行拦截用户访问，直接导致网站不可访问，流失大量用户。

(2) 钓鱼

钓鱼是指页面仿冒某知名网站，让用户以为是正规网站，给用户造成损失。

(3) 欺诈

页面中存在欺骗用户、虚假的内容。

(4) 违规内容

内容存在违法信息，或者出于违法的灰色地带。

防止被黑的方法

- (1) 定期检查服务器日志等方式发现问题，检查是否有可疑的针对非前台页面的访问；
- (2) 经常检查网站文件是否有不正常的修改或者增加；
- (3) 关注操作系统，以及所使用程序的官方网站。及时下载补丁，修补安全漏洞；必要时建议直接更新至最新版本；
- (4) 修改开源程序关键文件的默认文件名，作弊者通常通过程序自动扫描某些特定的文件是否存在来判断是否使用了某套程序；
- (5) 修改默认管理员用户名，提高管理后台的密码强度，使用字母、数字以及特殊符号多种组合的密码；
- (6) 关闭不必要的服务以及端口；
- (7) 关闭或者限制不必要的上传功能；
- (8) 设置防火墙等安全措施；
- (9) 若问题反复出现，建议重新安装服务器操作系统，并重新上传备份的网站文件。

注意：缺乏专业维护人员的网站，建议向专业安全公司咨询。快速发现并处理被黑内容，并做好被黑的预防，非常体现一个网站的运营水平。网站被黑可能会直接导致以往的 SEO 工作全部白费。

3、被黑之后处理方法

- (1) 立即停止网站服务，避免用户继续受影响，防止继续影响其他站点（建议使用 503 返回码）；
- (2) 如果同一主机提供商同期内有多个站点被黑，您可以联系主机提供商，敦促对方做出应对；
- (3) 清理已发现的被黑内容，将被黑页面设置为 404 死链，并通过百度站长平台死链提交工具进行提交；
- (4) 排查出可能的被黑时间，和服务器上的文件修改时间相对比，处理掉黑客上传、修改过的文件；检查服务器中的用户管理设置，确认是否存在异常的变化；更改服务器的用户访问密码。注：可以从访问日志中，确定可能的被黑时间。不过黑客可能也修改服务器的访问日志。

4、网站被降权

什么是网站降权

降权，一般是指搜索引擎给网站评定的级别下降了，也是搜索引擎对网站进行的一种处罚方式。

网站被降权的体现

如果网站被降权，那么最直接的方式就是查看网站收录，排名，如果大幅度的下降，甚至直接消失，那么就肯定是被降权了。

如图所示：网站关键词排名大幅度的下降，流量直接降为 0，这种状态一般是网站有违规操作被降权所致。

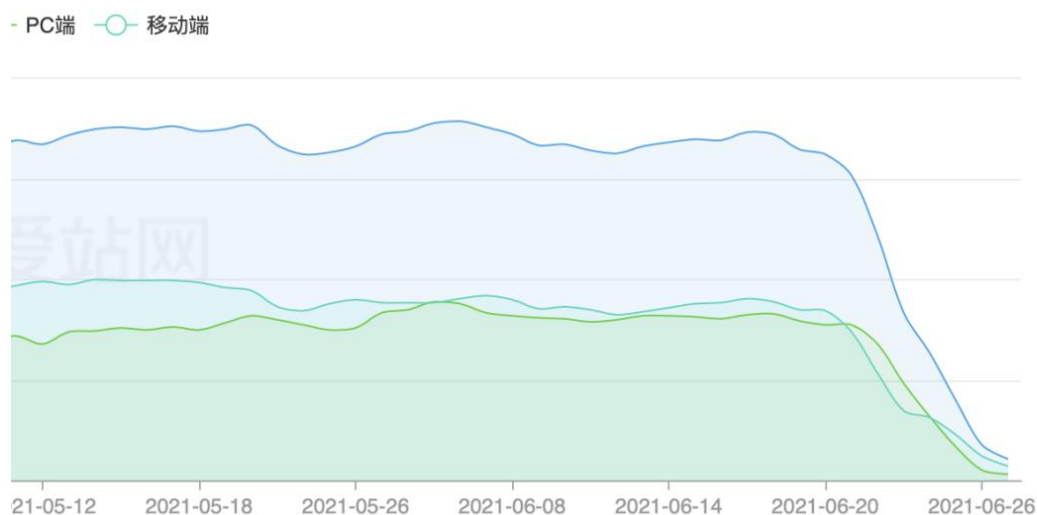


图 10.4

根据网站违规的大小，网站被降权惩罚恢复的时间在 1 ~6 个月左右，如果网站严重违规的话，百度会直接 K 站，也就是不收有任何的内容收录。该网站将会被彻底的从索引库中被清退。

网站被降权的常见因素

(1) 内容违规操作

也就是网站违反了搜索引擎质量指南，比方说网站大量的内容属于抄袭复制来的内容，大量的重复内容，大量的不良及不相关的内容，都会被搜索引擎算法识别并打击。

(2) 外链优化作弊

购买大量的友情链接行为，大量的群发外链，使用不相关的低质量度的链接等等，这些操作被算法识别后，就有可能被降权。

(3) 修改标题

大量的修改标题、关键词、描述。修改标题是大忌，如果真要修改，要做好后续评估。可以先进行一部分修改，逐级进行修改不要一次性修改太多，会被搜索引擎降权。比如网站改版，更换了新的标题等等操作。

(4) 网站被挂马挂黑链

虽然这些高手不太可能对小网站动手，特别是企业网站很容易中招，长时间不管理维护网站就有可能被人利用，自己网站被挂了大量的灰色行业，违法违规行业网站做链接，会被牵连降权。

(5) 站群外链

买卖链接，会被降权；群发外链，会被降权；博客，论坛留言太多，被百度误认为群发，会被降权；外链单一指向首页，会被降权。总之，外链不能乱发，虽然有利于排名，但一不小心，也是会被降权了。当然有解决方法，可以到百度站长平台拒绝一些外链，然后增加高质量的外链。

(6) 关键词堆砌

关键词密度最好在于 4%~5%，所以，如果网站被降权了，看看是否过度优化了，可适当删减关键词。

(7) 网站内容采集而且质量低

其实采集是可以的，文章标题改一改，不要一下子采太多，逐渐增加还是可以的。这就要看采集的到底是什么内容了，这个不容易判断。总之，低质量的内容太多，也会被降权。

网站被降权的常见处理方法

(1) 调整站内更新的质量和数量

面对降权，我们首先需要思考的就是站内文章的质量，如果文章的原创度或者伪原创度不够，那么是很有可能引起网站被降权的。这时我们就要改变以往发站内文章的套路，认真的写一些原创度比较高的文章，坚持一段时间就会对网站排名的恢复起到一定的作用。

除此以外，站内文章每天发布的数量也很关键，笔者曾经有一个站被降权后是这么处理的：开始半个月停止更新，然后突然更新一篇，接下来的一周继续停止更新，然后突然更新两篇，再接下来的三天同样停止更新，然后突然更新三篇，慢慢的每天都开始更新，而且更新的数量逐渐增加，直到恢复平时的更新量，一个半月以后我那个站排名奇迹般的恢复了。当然了这种方法并不适用于所有的站，被降权的网站要根据实际情况来调整站内的数量，多尝试几种方法是没错的。

(2) 认真检查网站的友情链接

友情链接也是引起网站被降权的可能性之一，站长们一旦发现自己的网站排名掉了以后，就要认真的检查每个友情链接，把被降权的或者快照排名不正常的友情链接都撤了。如果条件允许的话，最好能换几个排名正常、内容相关、快照最新的友情链接，这样虽然不能保证权重能恢复，但至少是能起到有利作用的。

(3) 减少外链的发布数量

很多网站被降权都是因为优化过度的原因，俗话说过犹不及，过多的外链也是会造成网站被降权的，这时站长们就应有一个清楚的认识，不能一味的追求外链数量。虽然说减少外链不一定能起到什么作用，但笔者这么操作的网站同样有恢复权重的，所以不妨试试这种方法。

(4) 把网站关闭一段时间

很多人对此会感到难以理解，其实这的确是恢复权重的方法之一，当网站关闭的时候，可以把返回状态设置成 503，那么蜘蛛无法正常爬取，就会判定网站短暂失效，短期内一般不会将该页面的快照及时的删除掉。当过一段时间网站重新开启以后，

蜘蛛便能正常爬取，这时或许会有意外的收获，搜索引擎很有可能把网站的权重恢复到网站关闭的更早时期，这就意味着网站重新有了排名，权重自然而然也就回来了。当然笔者不保证这种方法的正确性，但的确适用于部分网站。

(5) 更换服务器或者空间

其实服务器的稳定性对网站的权重也是有影响的，另外同服务器上有被惩罚的网站也可能会影响到自己的站点，这时更换一个新的服务器或许能让你的排名起死回生。当然，笔者推荐最好选择一个独立 IP 的主机，不要和别人共用 IP，往往这些小细节也能决定网站的成败。

(6) 大范围的改版网站

也许有人认为，网站大的变动会对优化不利，其实对于降权的网站大可放手一试，反正都被降权了，如果没有效果也没更大的坏处。其实笔者亲自测试过这种方法，你还别说真的有效果，据笔者分析，当把网站大范围改版后，蜘蛛的爬取频率会增加，对网站的权重也会重新计算，这时就有恢复权重的可能性。

5、网站进入沙盒

什么是网站沙盒

沙盒的意思是通常指新网站在前期很难在搜索引擎有好的排名，一般时间限制在 6 个月左右，实际上就是搜索引擎给予网站一个考核期。

为什么进入沙盒

一般进入沙盒的原因是网站突然增加了大量的外部链接。

网站沙盒期的表现

- (1) 搜索网站品牌词不在首页；
- (2) 每日更新内容不收录并且没有索引量；
- (3) 严重的时候有可能被降权。

网站进入沙盒期的处理方法

- (1) 保持高质量的内容更新（切勿盲目采集）；
- (2) 禁止修改网站中的重要标签（比如：标题、关键词、描述等）；
- (3) 不要修改 URL 格式；
- (4) 不要对网站进行任何形式的改版；
- (5) 适当增加外链，吸引搜索引擎蜘蛛；

(6) 查看网站日志，关注每日蜘蛛爬行情况。

6、快照回档

什么是快照回档

快照回档是指百度的快照被退回到之前日期的快照。例如在 9 月 8 号查询的快照时间是 8 月 1 号的。

形成原因：主机空间不稳定，网站首页的改动，友链链接异常，百度算法的调整，优化过度，使用 SEO 作弊手法。

可以通过投诉快照让搜索引擎对快照进行更新时间。操作如下：



图 10.5

针对快照进行投诉地址：

https://help.baidu.com/newadd?prod_id=1&category=1&link



图 10.6

快照回档的处理方法

(1) 每日更新高质量网站内容

搜索引擎在此来抓取的时候发现有价值的内容，得到了蜘蛛认可，那么新的快照自然就来了。

(2) 网站空间问题

建议换一个稳定可靠的空间商，如阿里云、腾讯云、西部数码等等。

海外空间服务器经常无法访问或者出现网络延迟的问题，都会产生百度快照回档的问题。

(3) 友情链接被牵连

建议每日第一件事就是检查友情链接情况，把一些有问题的网站尽快撤掉，不要与一些灰色行业、低质量的网站做友情链接，如果一不小心，自家网站也会跟着遭殃。

最后编辑时间：2025 年 1 月 1 日

版权所有：百搜（北京）科技有限公司

官网：www.bsoo.com.cn



扫码加微信，挖掘您官网的 SEO 潜力吧！