

# 超一流高手 SEO 经典案例



## 目录

SEO 案例一：丘仕达“奇虎 361 网”的 SEO 分析.....	2
SEO 案例二：中国票务在线火车票频道网站优化.....	3
SEO 案例三：99 加盟网 SEO 的秘密.....	9
SEO 案例四：SEO 失败案例之 Hao123 桥页导航.....	11
SEO 案例五：SEO 失败案例之希尔顿酒店网页重定向.....	12
SEO 案例六：SEO 失败案例之 Batteries.com 复制内容.....	13
SEO 案例八：Zac 的虚拟主机网之 SEO 分析.....	14
SEO 案例九：“汽车音响”案例-何田.....	16
SEO 案例十：天津租车网百度 SEO 案例.....	19
SEO 案例十一：某门户网站的 SEO 策略分析.....	20
SEO 案例十二：激烈竞争下 SEO 如何突围—干洗业 SEO 案例分析总结.....	23
SEO 案例十三：给我的考拉朋友：单页面获得流量的办法.....	27
SEO 案例十四：石材网 seo 案例分析.....	30
SEO 案例十六：seo 案例研讨-芒果网.....	34
SEO 案例十七：一个比较特殊 SEO 案例（深圳 160 信息网）.....	35
SEO 案例十八：宁夏门户网站《宁夏信息港》SEO 分析.....	42
SEO 案例十九：SEO 优化案例之《昆明租房网》.....	43
SEO 案例二十：普洱茶 SEO 大赛第一名经验及个人 SEO 分享.....	45
SEO 案例二十一：小说网站的 SEO 优化.....	47
SEO 案例二十二：芦苇网 SEO 分析及建议.....	49
SEO 案例二十三：为某女性门户网站做整体策划推广方案.....	51
SEO 案例二十四：最热门的关键词优化案例.....	52
SEO 案例二十五：彩虹图书网整站 SEO 优化建议.....	52
SEO 案例二十六：企业网站 SEO 实战案例.....	57
SEO 案例二十七：卫星电视安装类企业 SEO 案例.....	58
SEO 案例二十八：车视界网优化和推广建议.....	61
SEO 案例二十九：张家界旅游网的 SEO 案例.....	62
SEO 案例三十：Google "SEO"排名第一的网站的 SEO 分析.....	64
SEO 案例三十一：中国保健品网 SEO 案例分析.....	65
SEO 案例三十二：碧澄健康中心 SEO 案例分析.....	66
SEO 案例三十三：看看这个站如何一个月做到 PR=5，案例分析.....	68
SEO 案例三十四：百度排名 NO.1 是怎样 SEO 成功的？.....	70
SEO 案例三十五：电力产品营销网的 SEO 分析及整改措施.....	71
SEO 案例三十六：SEO 实例分析-“上海 SEO”一个页面搞定.....	75
SEO 案例三十七：“保定人才网”seo 案例.....	77
SEO 案例三十八：一份某成人网站的 seo 分析报告.....	79
SEO 案例三十九：网站 SEO 实例分析：汾酒集团网站诊断案例分析.....	80

## SEO 案例一：丘仕达“奇虎 361 网”的 SEO 分析

### 案例全文如下：

丘仕达：seo 资料站的站长，长期从事关键字及排名实战研究，是国内实战派 SEOer。旗下主站“seo 资料站”长期占据百度“seo”排名第一的位置，在单页面优化、特别是关键字分词实战应用方面有独到见解。本文介绍他测试的一个单页面优化案例，希望站长们可以从中得到一些体会。

#### 一、网站基本情况

- 1、网站名称：奇虎 361 网（不一定准确），网址：[www.qihu361.cn](http://www.qihu361.cn)。
- 2、百度排名：奇虎 55 名、奇虎 360 11 名、奇虎 360 安全卫士 7 名、奇虎 360 安全卫士下载 4 名。其它的组合不再列举。
- 3、网站就一个单页面，优化针对性：奇虎 360 安全卫士（下载）
- 4、域名注册日期：2007-04-03

#### 二、网站 seo 分析

##### 1、Title

<TITLE>奇虎 360 安全卫士下载-奇虎 361 最新版</TITLE>

##### 2、META

<meta name="keywords" content="奇虎">

<meta name="description" content="奇虎安全卫士是由奇虎网推出的一款全免费产品, 系奇虎 160, 260, 300, 306, 320, 360, 365 安全卫士系列">

##### 3、搜索引擎收录与反向链接

百度收录 1 页（单页面）、百度反向链接 13

##### 4、关键词密度

“奇虎” 9.92%、“奇虎 360” 4.34%、“奇虎安全卫士” 9.92%、“奇虎 360 安全卫士” 9.3%、  
“奇虎 360 安全卫士下载” 3.93%

##### 5、Page Rank Pr=0

##### 6、网站主体信息优化

# <h1>奇虎 360 安全卫士</h1>

奇虎安全卫士是由奇虎网推出的一款全免费产品，系奇虎 160, 260, 300, 306, 320, 360, 365 安全卫士系列，奇虎安全卫士是一款安全类上网辅助软件，它拥有查杀恶意软件，插件管理，病毒查杀，诊断及修复，保护等数个强劲功能，同时还提供弹出插件免疫，清理使用痕迹以及系统还原等特定辅助功能，奇虎安全卫士适用于 windows2k/xp 系统。奇虎安全卫士是由奇虎网推出的一款全免费产品，系奇虎 160, 260, 300, 306, 320, 360, 365 安全卫士系列，奇虎 360 安全卫士官方网站:www.360safe.com。

网站底部未作优化。

## 7、推广

百度知道、[seo](#) 资料站、等等，反链不多未作大量推广、这样反倒安全。

## 三、总结

按理讲，这样的单页面优化纯属面向搜索引擎的，百度封杀没商量，但丘仕达的这个试验站一直生存者，且排名还不错。实在是有很多地方值得深思、学习、借鉴。

## SEO 案例二：中国票务在线火车票频道网站优化

案例全文如下：

### 一、网站定位分析

中国票务在线火车票频道(<http://train.piao.com.cn>) 定位在中国专业的二手火车票交易服务平台。为网民提供火车票转让/求购的信息发布平台以及最新二手票查询服务。

中国票务在线火车票频道(<http://train.piao.com.cn>) 定位在中国专业的二手火车票交易服务平台。为网民提供火车票转让/求购的信息发布平台以及最新二手票查询服务。

### 二、网站优化目标分析

中国票务在线火车票频道要打造成国内知名的集火车票查询、火车票求购转让、列车时刻查询最佳的平台，进而通过火车票信息平台服务来增强“中国票务在线”这个品牌的影响力，并加深用户在票务领域对“中国票务在线”品牌的认可度和忠诚度。是品牌战略中的一个重要的环节。

我们认为，要充分利用年底车票需求旺盛的市场机会带动网站影响力和品牌认

知，就要让网站频繁的出现搜索结果前面，将搜索有关车票信息的每个用户都”吸引”到中国票务在线网站上来，并通过丰富的内容和良好的服务，满足用户对信息的需求，让用户认可火车票频道，进而接受”中国票务在线”。

如何让网站在搜索引擎表现优秀，让搜索用户更容易发现我们，那就要对网站进行全面、细致、有效的面向搜索引擎的优化工作；在对中国票务在线火车票频道的仔细分析之后，我们认为需要开展整站优化，即对频道进行全方面的优化工作，以提高搜索引擎收录网页的数量、各级网页级别以及网站权重，同时，我们将分析出的有效关键词通过一些策略合理布置到网页中，最终提升一些列关键词在搜索引擎的排名。

### 三、关键词分析

#### 1、目标用户搜索行为分析

我们在百度和 Google 两个主流搜索引擎上调查了有关”火车票”的相关搜索关键词，总结如下图：

序号	关键字	相对比率
1.	火车票查询	100%
2.	火车票转让	85%
3.	深圳火车票	75%
4.	北京火车票	70%
5.	订火车票	65%
6.	火车票网	60%
7.	上海火车票	55%
8.	广州火车票	50%
9.	火车票预定	45%
10.	二手火车票	40%

在持续观察用户搜索行为趋势后，我们分析如下：用户在不同阶段的搜索是不同的；前期，“火车票预定”之类的关键词搜索量较大，在这个阶段，用户需要的是提供车票预定服务的票点信息；中期：区域类组合关键词如“北京火车票”需求量增大，在这个阶段，用户有目的性的开始按照区域查询车票信息；后期，”转让火车票”和”求购火车票”搜索量变大，从行为上分析，越到后期，通过正常途径买到车票的几率越低，因此，二手车票交易开始活跃。综上，我们的优化工作除了整体完善之外，还要在三个时期侧重不同的方向。

#### 2、网站内容分析

火车票频道的内容主要包括：用户发布的车票转让/求购信息、车票团购信息、查询功能等，综合分析这些信息内容，我们归纳了几类关键词：火车票求购、火车票转让、转让火车票、求购火车票、某地到某地的火车票等；但我们认为：这些信息内容覆盖面还不够，虽然可以满足一个用户的基本需求，但对于具有多样化需求的用户而言，仍然是不充分的。因此，我们使用了一些策略，比如：针对不同区域的用户显示当地的信息，于是，就产生了“区域+车票”这样的组合关键词。网站内容分析的作用就在于找出网站应该建立但仍未建立的新内容以满足用户的搜索需求。

综合以上两点，我们总结出这次网站优化所针对的几类关键词：

- (1). 热门通用词：火车票、火车票查询、二手火车票——面向前期
- (2). 区域组合词：北京火车票、上海火车票、广州火车票.....——面向中期
- (3). 直接需求词：火车票转让、火车票求购、转让火车票、求购火车票.....——面向后期
- (4). 精准搜索关键词：某地到某地的火车票、某个车次的火车票.....

## 四、网站诊断

网站诊断是[网站优化](#)前期的重要准备工作，只有先知道网站目前存在什么问题，才好对症下药，快速有针对性的改进网站。

在全面分析火车票频道的链接结构、网页布局设计、关键词分布、网页模板之后，我们发现了网站对搜索引擎不友好的如下问题：

- (1). 网页标题文字过长，缺乏重点性与突出性，未能体现每个网页中所包含的重点信息；
- (2). 网页标签设计缺乏合理性，无法吸引用户点入；
- (3). 网站内部链接结构不合理，网页之间缺乏关联性，内容页缺乏合理的导航，以至用户不知道如何操作才可以返回上级页面
- (4). 网页中最有价值的信息内容编排不合理，导致广告信息突出而信息内容不突出，影响用户对网页价值的怀疑
- (5). 网页中图片没有很好的处理
- (6). URL 设计存在问题
- (7). 部分功能在程序设计上不利于用户和搜索引擎（例如：网站查询页 search.asp，根据用户查询关键词显示相应的查询结果，但如果没有触发查询，则 search.asp 应该显示全部记录）
- (8). 导出链接设置缺乏规划
- (9). 资源利用不到位，未发挥主站和其他频道的资源优势
- (10). 缺少网站地图，有碍搜索引擎对网页的抓取，影响网页收录数量

## 五、增强用户体验

### 1、 优化用户操作

将国内几个主要城市的始发火车票查询结果以链接的形式提供给用户，用户只需点击一下即可在不同城市之间进行搜索结果的切换，而无需用户在搜索前输入复杂信息；同时，使各级城市之间产生关联性，对提升“区域+火车票”这类关键词的排名很有益处。

## 2、 加强搜索功能

减少用户搜索时必须输入的条件项，做到始终可以提供搜索结果，提升用户的满意度。

## 3、 满足不同上网习惯的用户

我们认为：部分网民更喜欢论坛模式而非网站模式，于是我们在票网论坛 (<http://club.piao.com.cn>) 开设了火车票交易版块，并在火车票频道首页引用论坛中的部分求购/转让的帖子，使论坛火车票版块与火车票频道互通，将链接发挥到最大的价值。

# 六、整站优化策略与执行

## 1、 频道 URL 问题

旧频道使用的 URL 是：<http://www.piao.com.cn/train>

我们认为该频道 URL 应该使用二级域名：<http://train.piao.com.cn/>

## 2、 网页标题

### 2.1 首页

(1) 当 city 参数是 bj 时，即北京用户，则网页标题文字写成：北京火车票-求购北京火车票-转让北京火车票-火车票网-中国票务在线

(2) 当 city 参数是 sh 时，即上海用户，则字写成：上海火车票-上海火车票求购-上海火车票转让-上海火车票查询-火车票网-中国票务在线

(3) 当 city 参数是 gz 时，即广州用户，则网页标题文字写成：广州火车票-广州火车票求购-广州火车票转让-广州火车票查询-火车票网-中国票务在线

其他参数，依次类推；参数指示哪个地方，网页标题就根据该地名进行修改。

### 2.2 查询结果页

当 city 参数是 bj 时，网页标题文字写成：

北京火车票-求购北京火车票-转让北京火车票-火车票网-中国票务在线

当 city 参数是 gz 时，网页标题文字写成：

广州火车票-求购广州火车票-转让广州火车票-火车票网-中国票务在线

依次类推，CITY 参数指示哪个地方，网页标题就根据该地名进行修改

### 2.3 车票信息详情页

标题设计：求购火车票/转让火车票-出发地-目的地-车次-火车票查询-火车票网-中国票务在线



### 3、 网页标签优化

keywords: 火车票, 火车票查询, 订火车票, 北京火车票, 上海火车票, 火车票预订, 广州火车票, 二手火车票, 转让火车票, 求购火车票, 网上订票

description: 中国票务在线火车票频道: 提供火车票网上查询, 火车票转让、火车票求购信息, 北京、上海、广州火车票转让和求购以及火车票团购信息

classification: 票务/火车票/二手火车票交易/网上火车票订票

author: 火车票-二手火车票-中国票务在线票务总代理-火车票网上订票

copyright: Copyright 2004-2005 中国票务在线 版权所有

### 4、 内部链接结构

在频道所有内页中添加导航链接, 使网页之间互链互通

#### (1)、内页增加面包屑导航:

火车票详情页: 火车票网 > 火车票详情

火车票查询页: 火车票网 > \*\*\*火车票查询 (\*\*\*)处动态显示区域, 譬如北京、上海、广州)

#### (2)、在频道内所有页面添加指向查询页的链接(内页以图片链接形式体现)

### 5、 图片优化

首页及所有内页都添加了指向查询结果页的图片链接, 这些图片链接都要根据实际查询结果网页体现的内容来进行 ALT 文字设计

### 6、 网页展示内容优化

(1)、重新设置火车票信息显示条数, 根据不同参数, 显示更多区域关键词

(2)、进入火车票信息的链接锚文本设计为: ” 火车票详情

### 7、 整合资源

利用自身资源优势, 在票网论坛、飞机票频道、搭车频道添加火车票频道的链接, 形成以票为主题的连接群

### 8、 链接广泛度

在网站链接广泛度建设上, 我们采用了三种策略

(1) 友情链接: 设置链接交换原则, 并于一些高质量的网站交换链接, 以提升网站权重

(2) 网站合作: 通过栏目合作、广告位交换、合作链接的方式与中小型论坛、网站达成链接上的合作

(3) 软文推广: 在各个相关平台发布软文, 增加曝光度和外部链接

### 9、 网站地图

分类制作了 XML 格式和 HTML 格式网站地图, XML 格式网站地图提交给 Google 以加快对网页的抓取速度; HTML 格式网站地图加快 Google 对重要页面的索引

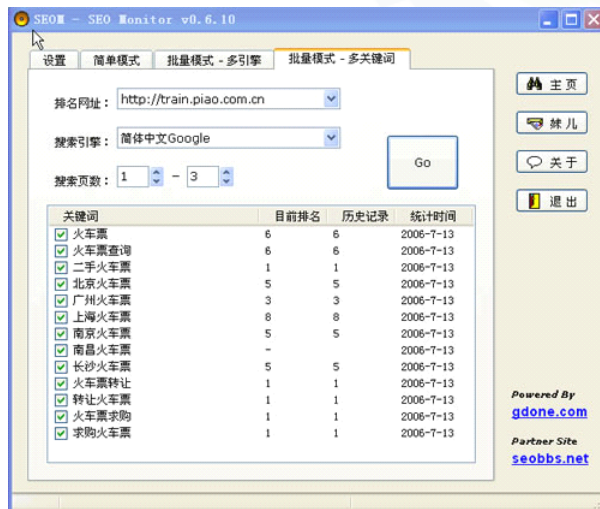
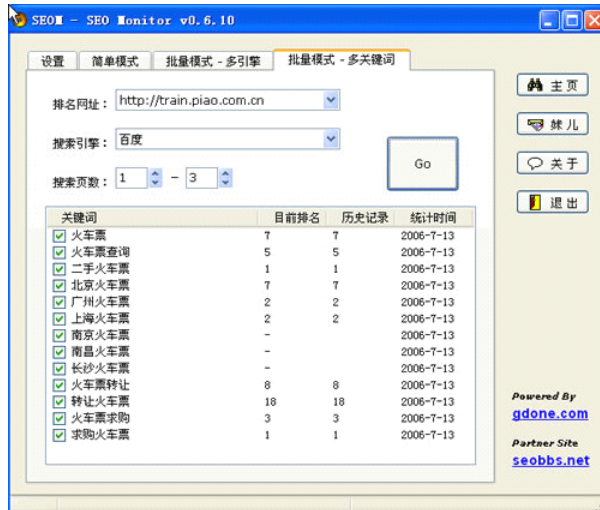
## 七、效果分析与反馈

网站开展整站优化前, 火车票频道日访问量 2000 独立 IP, 平均每个用户访问 5

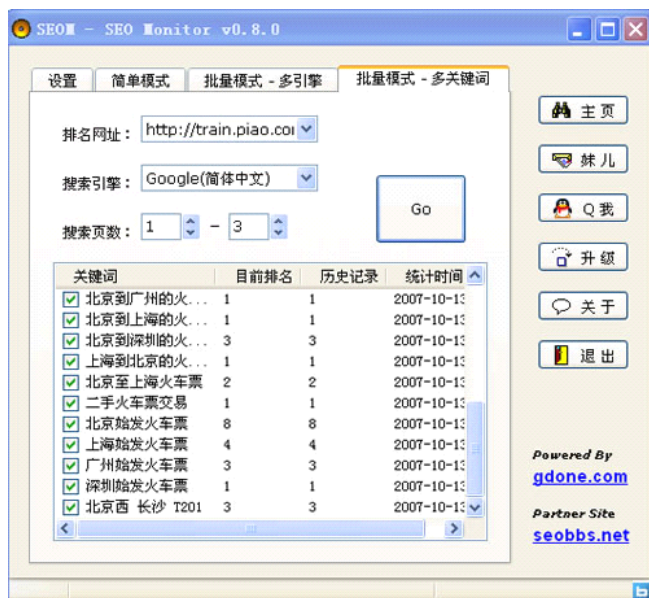


个网页；整站优化后，火车票频道最高日访问量达到 60390 独立 IP，发生在 1 月 23 日，平均每个用户访问 7 个网页左右；从铁路资讯文章的点击情况看，资讯文章、加开列车、FAQ 为 PV 增长做了很大贡献。(51.1a 统计)

直接输入网址访问的用户站总量的 20.3%，说明用户对火车票频道的认知度较高，并对网站优化后的信息组织方式和链接导航满足，说明我们在用户体验方面的优化取得了很好的效果；网站优化后主要关键词排名情况如下图：



扩展关键词排名情况：



中国票务在线火车票频道经过整体的网站优化之后，网站流量得到大幅度提升并创造了该频道历史最高流量、网站主要关键词和长尾关键词也在 Google 和 Baidu 搜索引擎上获得了优势排名、产品经过优化改造方便了用户也增强了用户对网站的认可和信任感，可以说，中国票务在线利用了节前火车票需求旺季的机会，通过搜索引擎营销大大提升了品牌知名度

## SEO 案例三：99 加盟网 SEO 的秘密

摘要：这是王通所优化的一个网站，在加盟行业激烈竞争的环境下，取得了很好的优化效果。当然具体的优化策略无从得知，但文章还是给出了一些[网站优化技巧](#)。该文章也得到了王通的认可，具有一定的参考价值。

案例全文如下：

[99 加盟网](#)是如何在短期内飚升的？[www.99.jmw.com](http://www.99.jmw.com)

### 一、行业竞争度与搜索引擎排名

搜索“加盟”，百度一下，找到相关网页约 61,900,000 篇；Google 一下，约有 92,300,000 项符合加盟的查询结果。百度第一叶全部是推广，再看看“加盟”关键词的百度指数

时间范围	用户关注度	媒体关注度
今日	5773	1725
1 周	5631 ↑ +11%	1416 ↓ -15%
1 个月	5583 ↓ -26%	1555 ↑ +30%

1 季度 6677 ↑ +30% 1404 ↓ -21%

排名情况：99 加盟网，百度排名第一，Google 排名第二

## 二、排名飚升的主要原因分析

### 1、搜索引擎收录与反向连接情况

**[查询结果]** 您的查询: <http://www.99jmw.com>

您查询网站搜索引擎收录和反向链接情况如下:

搜索引擎	收录页面数	反向链接数
谷歌 (Google)	2,920	69
百度 (Baidu)	3,860	--
雅虎 (Yahoo)	1482	8241
MSN	--	--
网易 (So163)	--	--
搜狗 (Sogou)	1,804	4,207
中国排名 (ChinaRank)	??1794198 ??2080178 ??1974167	
搜狗 Rank	 44 <a href="http://www.99jmw.com">www.99jmw.com</a> 1 99jmw.com	

搜索引擎收录与反向连接并无特别之处！

### 2、PR=2，才刚上路呢

### 3、功夫在站内

反链与才刚上路的 Pr 值说明该网站的高深之处在站内 SEO，其主要的 SEO 策略有以下几个方面：

A：首页只优化一个关键词“加盟”，关键词密度：2.88%

Title Keywords Description 一共使用了 14 次“加盟”关键词

B：占很高权重的网站顶部导航部分一共使用了 20 次“加盟”关键词，网站 Logo 图片使用 Alt=Logo，应该 Alt=99 加盟，就更到及至

C：几十个重点相关关键字，全部采用二级域名（如 [ls.99jmw.com](http://ls.99jmw.com)）和一级分类目录（如：[www.99jmw.com/cy/](http://www.99jmw.com/cy/)）建立独立频道，并针对该相关关键字进行 META 独立优化

D：每一个产品采用根目录静态页面（如：永和豆浆

<http://www.99jmw.com/ProjectDetail525>），并独立进行 META 优化

E：网站的 CMS 系统，每篇文章都是根目录下的静态页面，对搜索引擎的收录很有帮助，同时获得较高的权重

F：站内各个频道、页面的相互连接合理有效

总之，这是搜索引擎优化专家王通先生的一个经典之做，浅显分析，希望王通先生不要笑我

## SEO 案例四：SEO 失败案例之 Hao123 桥页导航

**摘要：**SEO 案例有成功的，也有失败的。[SEO 学院 \(www.seo-college.cn\)](http://www.seo-college.cn) 给出的这篇失败的 [SEO 案例](#) 可以让我们借鉴一些东西，避免在 [SEO 优化](#)、或者做网站的过程中犯同样的错误。

案例全文如下：

不知不觉今天已是 **SEO 失败案例** 续写的第四天了，前几天 [SEO 学院](#) 分别对 [宝马门径首页](#)，[Batteries.com](#) 复制内容，[希尔顿酒店网页重定向](#) 进行重点介绍，以上不过都是些国外案例，总有点陌生的感觉，也似乎感觉有国界之分，离我很远。其实不然，很多作弊手法国内外都还是通用，不过目前也都得到相应控制。

面对国外案例占据半边天的情形，[SEO 学院](#) 今天将会围绕国内知名导航站点 hao123 重点为大家转述相关介绍。



事件回放：

Hao123 被百度收购以后，曾经一段时间，hao123 惨遭 Google 封杀。很多评论认为，Google 此举是针对百度的竞争之举，但真正从搜索引擎的天条来看，Hao123 确有违规之处。

根据 Google 打击 SPAM 作弊网站所确立的标准看，即如何认定网站是否有 SPAM 嫌疑，主要看该网站是否有“隐藏文本或隐藏链接”、“大量使用与网页内容无关的关键词”、“过渡页”、“专门针对搜索引擎制作的桥页”、“大量重复内容的页面或站点”情形。

而像 Hao123 这样的分类网址网站，不可避免地会出现这些情况。因此，被 Google 按照 SPAM 作弊封掉也很正常。

另外，hao123 为扩大流量，就必须根据社会热点不断的增加热门链接，而其本身没有什么自己的实际内容，主要都是链接，由 [Google](#) 看来，算是典型的违背天条。

事件评论：

Google 网站管理员指南，质量指南——具体指南明确指出：请不要专门针对搜索引擎创建“桥页”，或使用其他联属计划这类原创内容很少或几乎没有原创内容的俗套（cookie cutter）方法。

事件：

到目前为止，Hao123 也仅仅只被 Google 收录了 1000 多页，百度却收录了 5000 多页。

## SEO 案例五：SEO 失败案例之希尔顿酒店网页重定向

摘要：转自 [SEO 学院 \(www.seo-college.cn\)](http://www.seo-college.cn) 一篇失败的 [SEO 案例](#)，所谓失败，有时候也可以称为错误的 [SEO](#)。失败乃成功之母，避免犯同样的错误是一个 [SEOer](#) 必须掌握的。有时候，一个 [SEOer](#) 知道什么是错误的比知道什么是正确的还要重要。

案例全文如下：

SEO 失败案例总结今天已经是第三篇了，前两篇分别讲述了 [宝马门径首页](#) 和 [Batteries.com](#) 复制内容。相信看过的朋友肯定都铭记在心了，的确这些问题有待去直观面对，如果你能注意到这点日后肯定有效避免问题再次发生。

今天我们将围绕网页重定向对希尔顿酒店进行分析介绍。



### SEO失败案例

### 之希尔顿饭店网页重定向

事件前瞻：

网页重定向，也并不都是好事。[301 重定向](#)是永久性重定向，对改版页面适用，但 [302 重定向](#)是临时性重定向，对转换域名有用，但这是搜索引擎并不许可的方法，因为这会带来作蔽。

事件回放：

希尔顿酒店（Hilton Hotel）酒店的例子说明了重定向也不能乱用。希尔顿酒店有 15% 的订单是通过网站带来的，顾客通过网站预订酒店的成本是他们电话预订成本的 1/3。因此，酒店对网上业务非常重视。但希尔顿发现他们的顾客群体差别太大，一个网站内容和风格难以满足各行各业顾客的特点。为了通过网络获得更多的订单，希尔顿酒店针对不同的顾客群，专门发布了 50 多个微型子网站，不同类型的顾客所浏览的网站内容和风格均不同，以定位 50 多种类型的顾客群体。

比如，针对政府部门和军队方面的旅行者专门建设一个二级域名网站：[gov.hilton.com](http://gov.hilton.com)，子网站有对政府员工的报价和链接指向相关旅游资源，如出差津贴信息等。但曾经一段时间，希尔顿网站旗下的所有二级域名都采用自动重定向方式跳转到主站下的相关内



容。如 gov.hilton.com 被指

向: <http://www.hilton.com/en/hi/themes/gov/;jsessionid=DL05A2ANGF3XWCSGBIWM22QKIYFC5UUC> 等等。这种重定向导致这些专门设计的子站首页 PR 值 (PageRank) 均为 0，而子站内容在 [google](#) 中收录数量也全部为 0。

#### 事件延展：

这实际上是一种假子站的方式，因为它并不是按照一个独立站点的结构来规划内容，而仅仅是设立了多个子域名，并把这些子域名指向到并非独立结构站点的页面。曾几何时，有一种说法是子站越多，说明站点规模越大，越容易被收录。一些网站抱着投机心理，以设立一大堆子域名的形式企图形成一大堆了子站的假象。

#### 事件评论：

Google 网站管理员指南/质量指南/具体指南明确指出：请不要使用隐藏真实内容或欺骗性的重定向手段。

## SEO 案例六：SEO 失败案例之 Batteries.com 复制内容

摘要：[SEO 优化](#)成果表现在排名的提升，牛 X 的 [SEO](#) 就是让排名稳定在前三名。失败的 [SEO 案例](#)也是 [SEO](#) 成果，这个成果对后来 [SEOer](#) 更加重要。

#### 案例全文如下：

[SEO 学院](#)从昨天开转了 [SEO 失败案例](#)第一篇 [SEO 失败案例之宝马门径首页](#)，从中不难总结出要想通过隐藏文本或者隐藏链接来钻空是行不通的。

今天我们将继续围绕 [SEO 失败案例](#)展开第二篇 [SEO 失败案例之 Batteries.com 复制内容](#)。



#### 事件回放：

Batteries.com 是美国著名的电池销售网店，2004 年，该网站进行了改版，当时为了避免出现大量死链接，网站保留了旧版网页，因此，搜索引擎在索引新版网页的时也收录了大量多余旧网页，结果搜索引擎以为 Batteries.com 复制网页内容，属于作弊，另外，新版还有大量动态技术生成的网页，造成搜索引擎索引困难，最导致 Batteries.com 在搜索引擎上的自然排名急剧下跌。

后来该网站与一家知名搜索引擎营销公司合作，对网站进行了彻底优化，并删除了多余的旧版网页，4 个月后，网站被 Google 收录的网页数量剧增，以电池相关的诸多关键词在 [Google](#) 和 [Yahoo](#) 均排名显著位置。



### 事件评论：

Google 网站管理员指南/质量指南/具体指南明确指出：请不要创建包含大量重复内容的多个网页、子域名或域名。

### 事件启发：

改新版保留旧版，现在对很多网站来讲，也是一种非常通行的做法，一则为了避免死链接，二则旧版内容毕竟是一段历史难以割舍。但对搜索引擎来讲，重复的内容就是垃圾，就是 Spam。有些观点认为，新版推出后继续保留旧版，肯定会增加更多的收录页，这种看法是错误的。如果你不删，Google 们会帮你删的。可行的办法就是采用 301`重定向。

## SEO 案例八：Zac 的虚拟主机网之 SEO 分析

摘要：Zac 做虚拟主机了，[SEO 圈](#)里的都知道，他的虚拟主机网是如何 [SEO 优化](#) 的一定是大家感兴趣的话题，这个 [SEO 案例](#)还是值得一看的，只不过浅显了许多。

案例全文如下：

Zac 简介：

祖籍湖北，生于北京，1992 年北航电子工程系本科毕业，1995 年北京电影学院硕士毕业。在中央电视台工作两年后于 1997 年到新加坡工作。搜索引擎优化 [SEO](#) 每天一贴作者，艾瑞网专栏作家。[SEO](#) 业界领军人物之一，[中新网络科技](#)创始人。

### 一、网站基本情况

1、网站名称：中新网络科技，网址：[www.chinamyhosting.com](http://www.chinamyhosting.com)。是新加坡的主机业务提供商，为中国大陆用户提供虚拟主机、域名注册服务。网站 2008 年 1 月 1 日上线。

2、搜索引擎排名：[虚拟主机](#) Google 排名 12、百度排名 11；[国外虚拟主机](#) Google 排名 13、百度排名 1

3、行业竞争度：Google 约有 5,240,000 项符合[虚拟主机](#)的查询结果；百度一下，找到相关网页约 18,300,000 篇。全世界的主机业务提供商都想将“虚拟主机”关键词做到第一，可见竞争的激烈程度，而作为才上线 1 个月不到的 Zac 的虚拟主机服务网站现在就做到如此结果，可以预测该网站的排名还有巨大的上升空间。让我们拭目以待！

### 二、网站 [SEO](#) 分析

#### 1、Title

<title>虚拟主机-域名注册-中新国外虚拟主机无需备案-域名注册转出自由</title>

## 2、META

<meta name="keywords" content="虚拟主机 网站 服务器 VPS 域名注册 企业邮局 设计 建设 推广 国外 cPanel">

<meta name="description" content="中新网络科技提供国外虚拟主机，主机托管租用，VPS 服务器，域名注册，企业邮局，网站建设推广服务。虚拟主机及服务器国内外速度一流，中文 cPanel 功能强大完全自助。">

## 3、搜索引擎收录与反向链接

Results for: [www.chinamyhosting.com](http://www.chinamyhosting.com) - 历史信息 - 更多查询 PageRank:  Sogou Rank:  34 Alexa Rank: 94953

搜索引擎					
收录情况	<a href="#">743</a>	<a href="#">943</a>	<a href="#">1121</a>	<a href="#">31</a>	<a href="#">557</a>
反向链接	<a href="#">8650</a>	<a href="#">249</a>	<a href="#">2469</a>	<a href="#">748</a>	<a href="#">249</a>

## 4、关键词密度

虚拟主机关键词密度=6.2%，符合常规建议的 2%~8%之间，密度适中。

## 5、Page Rank

主站 <http://www.chinamyhosting.com/> Pr=4, SEO 博客  
<http://www.chinamyhosting.com/seoblog/> Pr=5

## 6、网站主体信息优化

<h1>中新网络科技虚拟主机域名注册服务正式推出</h1>



页面纯静态化

## 7、推广

现有的排名完全是靠写 [SEO](#) 每天一贴得到的域名权威度 (Pr=5)，比主站首页的 Pr 值还高；大量原创 [SEO](#) 贴被大量转载带来大量高质量的反向链接，包括大名鼎鼎的 David Yin 在自己的博客写软文推荐（原文地址：[恭贺中新网络科技网站正式上线](#)）。按照 Zac 的计划，今后将会陆续开始一些链接建设，先从分类目录登录开始。

## 三、总结

上面针对 Zac 的虚拟主机网做了一些简单的 [SEO](#) 分析，希望对大家有所帮助和启示。跳出细节，我们来看看该网站 [SEO](#) 的总体思路：首先做原创的一级分类

目录，即：Zac 搜索引擎优化 [SEO](#) 每天一帖

<http://www.chinamyhosting.com/seoblog/>，让搜索引擎频繁光顾，在该分类目录做大量主站的链接，引导搜索引擎收录主站，同时将分类目录的 Pr 值传递给主站目录。然后，逐步进行主站的链接建设，一般大约需要 3~6 个月的时间。

这是目前网站优化推广的流行做法，有些 [SEOer](#) 甚至在进行同类的测试：二级域名或分类目录做博客，搞原创，主站做采集（也就是常说的垃圾站），只要手法得当，在搜索引擎眼里垃圾站也不垃圾了！

## SEO 案例九：“汽车音响”案例-何田

摘要：关键词策划类的 [SEO 案例](#)，围绕一个具体的[关键词](#)“汽车音响”，提出了策划研究思路

案例全文如下：

全球著名 SEOMoz 公司的创始人 [Randfish](#) 说：“所有的 SEO 不外乎两个要素：满足搜索引擎友好性和关键词研究”。关键词策划在搜索引擎优化和竞价广告中起到提纲挈领的作用，重要性怎么强调也不过分。

关键词策划的基础是关键词研究，我们遇到的最大挑战，是信息的零散和隐藏，要找出真相，理出脉络，需要有侦探般的技术和思维。

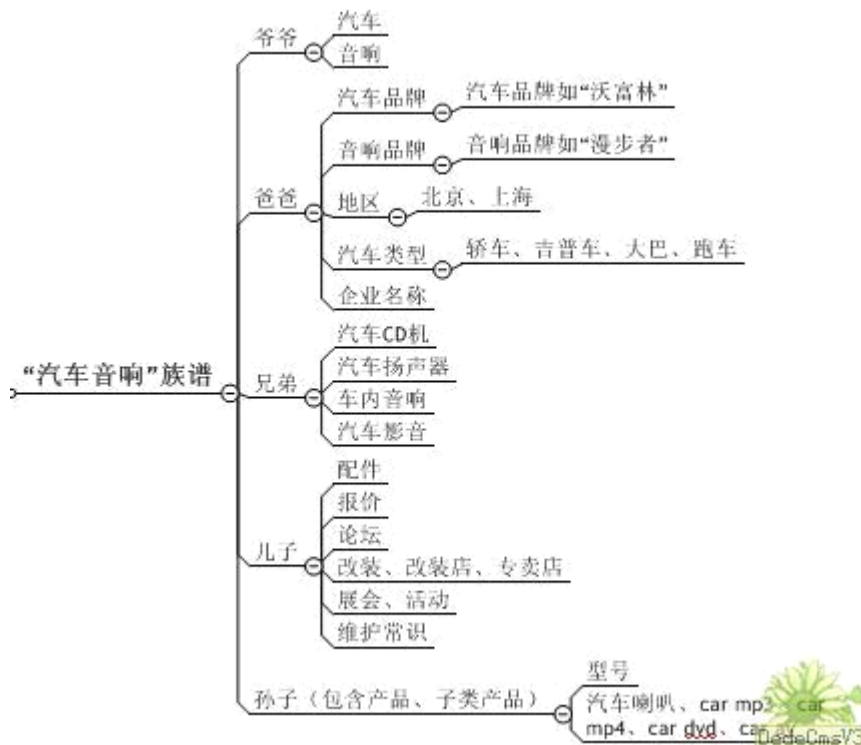
红擎本期“汽车音响”关键词策划研讨，提出了一些有价值的思路。

### 一. 关键词的族谱

从本期报告看，不同人的建议结果差异很大。这也是目前关键词研究的常态。

是否存在一种标准化的流程，不同经验水准的人，只要依据此流程，所得的结果大致差不多？就象工厂的流水线，只要工人经过大致培训，就能生产出基本一致的产品，而不是把握在少数资深技工手里？

南宮的报告和 [chris.e](#) 的报告相当经典，给我们相当大的启发。在红擎同学会 QQ 群的后续研讨里，大家提出了一种“族谱法”的流程化思路，见下图：



“族谱法”研究关键词的核心，不是先猜测或寻找关键词，再归纳到族谱，而是反过来，设法做填空，为了填空而去寻找和观察相关站点，从这些站点找到相关词填入族谱。

该方法的最大好处，是通过观察相关站点，有意识地找到同义近义词，以及包含性产品，容易发现字面无相关性的兄弟词、孙子词；该方法对网站的结构设计也非常有好处，特别是子频道和内页的优化。

谈到关键词研究，一般都会强调通过引擎找到对手网站，对对手网站进行观察，这种观察往往局限在客户提供的目标关键词。

“族谱法”不仅仅重视对手网站，更重视行业相关站点，不仅仅重视关键词，更重视相关内容、产品的分类组织。不仅仅重视目标关键词排搜索结果前列的网站，更重视内容规划完善、行业权威度高的网站。

关键词研究有一个时间成本的问题，族谱法能够指引分析者用最短时间建立初步完整的关键词框架，远比拍脑袋、发散性调查来得可靠。在此基础上如果能再进行直接用户调研，就更好了。

## 二. 搜索动机

关键词研究的重点是潜在用户产生与本站服务相关的需求时会怎样检索，哪些检索词带来的访客与本站具有最大的价值。因此，不同关键词背后的用户搜索动机，比流量更重要。选择关键词，首先是选择搜索动机。

在与搜索动机选择匹配的关键词规划方面，“关键词族谱”能够起到很好的指引作用。例如，很可能发现大量高价值的人群并非直接搜索目标关键词而来，而是搜索其“孙子词”而来（例如搜索下级产品）。

在本次研讨中，周凯强调“后装市场客户群主要面对的是汽车装潢服务企业和终端消费者，目前国内后装市场发展空间很大，他们应当是汽车音响企业开展网络营销最主要的目标客户群”；lenoza提示“如果是个人用户查询汽车音响

方面的关键词，其目的可能在于对自驾车音响系统的改装”；白开水重视“汽车配件代理商”，都是目的很清晰的搜索动机选择。

尤其周凯的报告，市场分析很老到，值得再三体会。

在选择搜索动机、决定获取相关流量之后，最重要的决策是如何利用、转化搜索动机。除了常规的商业转化，还有很多可以动脑筋的地方，[Kyw 进行了精彩的讨论](#)：

“目前蛋糕还小，潜在用户处于懵懂状态，产品主要还以线下销售为主。这种状态下，网站应多注重教育客户的功能（告诉他们咱品牌的优势，让用户先了解我们的产品），不要做成传统的企业网站形式，定位行业门户较好。让自己的品牌率先出现在潜在客户视线内（页面广告），几年后市场逐渐成熟、网站人气也有了，到时候该网站就是竞争的砝码，甚至可以卖对手的产品，这才是大公司所为，网站价值就远远不仅是卖卖自身产品了。所以我建议把建站目标定在：抢占潜在客户资源，让蛋糕在自己手中变大。”

Chenggong 也从经济分析角度，提出了很好的意见。

### 三. 引擎信息利用

引擎提供的相关关键词推荐，提供了很重要的信息，遗憾的是，引擎的相关词推荐，只能找到字面相关的词。这一方面远不如“族谱法”，能够通过分析相关站点找到字面完全不相关的高价值词。

百度等引擎提供的相关关键词提供了检索量暗示，这个很重要，但也经常误导目标不清晰的分析者，过多地考虑流量指标而非有效度。

我们建议关键词分析要从访客需求结构性入手，不要把注意力放在流量上，也不要把过多注意力放在公认的关键词或客户提议的关键词上。

古心神注意到，“不同引擎的相关检索是不一样的”，这一点非常有趣，不知道是引擎使用人群的差异还是推荐算法上的差异。多看几个引擎的相关搜索，必有所获。

在关键词选择中，土三秀才提醒，“一定要注意搜索的中文分词技术可能会把你的关键字词分成若干的词语”。关于这一点，seo 怪才丘仕达有一个经典例子。

### 四. 对站点统计信息的利用

经常见到文章强调站点统计信息对于关键词策划的作用。然而，对自己拥有的站点的统计数据，受站点历史的影响，信息是不准确的，在关键词研究早期，站点统计数据只能让你在改革中避免丢掉已经拥有的东西，而不能让你获得新的东西。所以在关键词研究早期没必要过多理会原来的统计数据。

在新的关键词选择好、网站内容结构重组后，站点统计信息就很有用了，可以起到很好的检查作用。关键词检查的技巧和工具，可以参考何田以前的这篇文章。

### 五. 总结

过去，关于关键词策划的文章不算很多，实际案例更少。本期研讨，围绕一个具体题目“汽车音响”，大家做了详细的分析。仔细观察每份报告的思路 and 发现，即使是老手，也会有收获。



## SEO 案例十：天津租车网百度 SEO 案例

### 一、核心关键词的选择和优化

通过对百度关键词和 Google 关键词的分析之后，选定的“天津租车”作为网站核心关键词，而不是“租车”。

与 **租车** 相关的关键词，被搜索次数最多的有（[点击每个](#)）

关键字	被搜索次数
1 <a href="#">北京租车</a>	=====
2 <a href="#">上海租车</a>	=====
3 <a href="#">深圳租车</a>	=====
4 <a href="#">广州租车</a>	=====
5 <a href="#">租车协议</a>	=====
6 <a href="#">杭州租车</a>	=====
7 <a href="#">成都租车</a>	=====
8 <a href="#">租车合同</a>	=====
9 <a href="#">租车公司</a>	=====
10 <a href="#">天津租车</a>	=====
11 <a href="#">青岛租车</a>	=====
12 <a href="#">武汉租车</a>	=====

选择这样做有以

下几点原因：

1. 公司租车业务基本集中再天津地区。
2. 从“租车”的百度相关关键词查询中能看到，大部分的补充词都是以地方分类的。
3. “租车”这个关键词竞争很激烈，要在短期内获得高排名十分不容易。并且在百度的第一页基本都被推广“占据”了。（BS 一下百度）

所以，为了避免更激烈的竞争，为了更快的产生效果，选择了定位更准的“天津租车”为核心词，“天津租车信息”、“天津租车服务”、“天津商务租车（公司主要业务）”、“天津租车网（站名）”为辅助词。

**网站**首页 Title 将以上几个关键词列出：“天津租车|天津租车信息|天津租车服务|天津商务租车 - 天津租车网”。

当用户查到租车网之后，他们最关心的应该是租车价格 -> 有没有想要车型 -> 公司信誉如何这几点。

所以再首页上，直接将这几项用户最关系的问题表明，问题题目用 h1 包括，题目中带关键词，把握关键词密度，不要过高，以免被认为是作弊。



## 二、页面代码书写

页面的代码书写的极其简单，要通过 W3C 的任何标准认证都不是难事，即便有错误，稍微修改一下即可。直到现在网站也未进行过任何美化工作。

## 三、外部链接

非内容性的商业站要找高质量外部链接实在不容易，很多个人站都不愿意和我做链接。所以先在自己权重较高的站给租车网做了几个外部链接，然后到免费信息站发布了几篇软文和广告，文章中带有链接。

## 四、低级错误，域名选择

当初做的时候主要是因为交情，直接就用了个二级域名。后来不少天津网站建设公司频繁的打电话过来，主动要求为此站点申请国际域名并美化，不厌其烦的我只好自己申请了一个。

当初的二级米再百度、google 上面的排名已经达到了第一。如果更换失误，可能会使以前的排名失效。而页面是全静态的，无法使用 301 转向。

我用的解决方法是：

1. 先绑了一个顶级域名。
2. 将网站所有链接改为绝对路径，都是用新注册的顶级域名。

最后的结果是百度将另外一个域名降权，将新域名顶上。但 Google 没有，故在 google 中现在找不到天津租车网（当初第一啊，遗憾死）。

结束语：选词很重要，并不是搜索量越多越好，选择最合适的才能产生最大的效益。这个站的成本不过 200 多元，但产生的效益却是成本的 100 倍（每月）。

## SEO 案例十一：某门户网站的 SEO 策略分析

摘要：[门户网站的 SEO 案例](#)一般难得见到，对于大多数 [SEOer](#) 来说也难以用到，但殊途同归。

案例全文如下：

### 一、目的：

提高网站页面在 google、百度、雅虎等搜索引擎中的搜索结果排名，提升从搜索引擎获得的流量。

### 二、优化工作的几个方面

2.1 优化全站网页，按照底级页模板、专题模板、频道模板、首页模板顺序修改；由频道编辑和技术工程师共同完成

## 2.2 优化站外合作（友情）连接；

由频道编辑完成

## 2.3 优化和频道相关的搜索引擎热门关键词、时效性热门内容；

由频道编辑完成

## 2.4 将动态页面 URL 静态化（应用 Apache 的 mod\_rewrite 模块）

由技术工程师完成

## 2.5 定期跟踪观察优化效果

由频道编辑完成

## 三、优化工作各方面工作的详细说明

### 3.1 优化全站网页模板：

#### 3.1.1 用 Web 标准（DIV+CSS）重构页面模板，

不使用 table 控制排版，不使用 table 嵌套

#### 3.1.2 网页文件大小越小越好，压缩和正文无关的代码，控制在 75K 以内，

用外部调用方式使用 CSS 样式单和 JS，

广告和与正文无关的内容尽量用 iframe、JS 等方式调用显示

#### 3.1.3 为最终页加上标题，格式：<title>网页标题 - 栏目 - 频道</title>， 长度一般不超过 30 个汉字，不要空着标题，避免太多页面使用同样的标题；

例如：<title>Intel 发布笔记本四核 CPU - 笔记本 - 某某科技</title>

#### 3.1.4 为网页加上内容简介标签，<meta name="description" c>

要清晰明了的写出网页内容，突出核心关键词。一般不超过 100 个汉字，不写与网页内容不相干的内容。现阶段可以填充 CMS 的新闻标题等相关变量。

例如：<meta name="description" c> 注意必须要有半角双引号

#### 3.1.5 为网页加上关键词标签，<meta name="keyword" c>

多个关键词用半角逗号隔开；写与网页相关的关键词，并把最相关的关键词排到前面。一般不超过 30 个汉字。

例如：<meta name="keyword" c>

#### 3.1.6 为正文的配图加上 alt 说明，

可用 CMS 填充正文标题。

例如：

#### 3.1.7 文章标题使用<h1></h1>强调、加粗<b></b>标记来强调主要内容。

在 W3C 的 HTML 标准中，规定了使用<h1></h1>...<h6></h6>来注明标题，搜索引擎认为<h1></h1>中的标题是更重要的内容。

例如：<h1>新闻标题或者专题标题</h1> <b>关键词</b>

使用方法：可在 CSS 样式单中定义 h1 的字体大小，颜色，粗细等

#### 3.1.8 在底级页、专题页、栏目首页、频道首页放置 和 本页面主要内容 相关的新闻、搜索、论坛连接。

#### 3.1.9 保证底级页、专题页、栏目页中人工挑选的相关关键词的质量。

请参考《关键词分析方法和技巧》

#### 3.1.10 底级页的搜索引擎文本输入框预置相关关键词

#### 3.1.11 注意导航设计（sitemap）：所有的页面都能从频道首页用不超过 5 次点击连接到，所有页面都能链回首页；避免连接错误，比如调用不存在的图片和连接到不存在的网页

#### 3.1.12 避免用 JS、Flash、大幅图片来制作整个页面；如果一定要，必须在页面中留下文本内容；

3.1.13 在</BODY>之前用注释的方式重复正文标题和关键词

3.1.14 专题、栏目等页面的 URL 使用核心主题的汉语拼音（优先）或英文，但不要过长

3.1.15 频道首页 title 修改为“频道名 - 核心内容”

例如：“房产”改为“房产 - 中国房地产最新报道”

3.1.16 在页面模板头部添加 <meta name="Robots" c>

3.1.17 为频道 logo 增加 alt 说明。

3.2 站外合作（友情）连接优化

3.2.1 多和优秀同类网站交换连接，使用文字或者图片连接形式

保证合作网站、合作专题的首页有对应链向首页的连接

争取合作网站每个网页都有对应链向首页的连接

3.2.2 文字连接形式

在连接文字中使用和连接页面内容相关的最热门相关关键字，比如“软件下载”比“软件”效果好

<a href="http://software.\*\*\*.com/" target="\_blank">软件下载</a>

3.2.3 图片连接形式，为图片加上 alt 说明

例如：<a href="http://ent.\*\*\*.com/" target="\_blank"></a>

其中 alt 是对图片的注释，加入和连接页面相关的热门的相关关键字

3.2.4 相关关键词选取的依据：

频道名称、栏目名称、频道主要内容

以及参考搜索引擎用户最常使用的关键词

http://top.baidu.com/

http://www.sogou.com/top/index.html

3.3 针对频道热门内容的优化

3.3.1 每日更新热门栏目

3.3.2 针对频道热门内容发布尽可能多的原创内容

3.4 将动态页面 URL 静态化（应用 Apache 的 mod\_rewrite 模块）

例如：用户和搜索引擎 spider 程序所访问的静态化 URL

http://app.\*\*\*.com/music/searchsong/singer/周杰伦

在后台重定向到

http://app.\*\*\*.com/music/searchsong.php?mod=singer&keyword=周杰伦

这 2 个 URL 所显示的内容一样

3.5 跟踪统计优化的效果

根据日志统计包括每日从 baidu, google, yahoo 等搜索引擎带来的流量。

仔细看了一遍这份搜索引擎优化方案，发表下个人见解：

从策略角度上可以说写的比较全面，这些策略的应用的确会提升一个网站在 google、baidu、yahoo 等搜索引擎上的友好型，并有一些专门针对关键词的优化考虑，作为整站优化的 SEO 教程 是比较合适。

但是，从应用角度来讲，对于流程复杂程度很高的大型门户网站来说，类似以上这种基础优化方案（个人称之为 SEO 手册）还是不够的；对于门户网站的各位 SEO 来说，要想凸现成绩，必须有针对特定目标的、准确的、执行方案。

从 SEO 技术角度讲，有几点还是值得探讨的，譬如：

1、

引用

所有的页面都能从频道首页用不超过 5 次点击连接到

假如，某个频道的某篇文章页（即终极页）在该频道的相应栏目列表页的第 31 页，同时，由于文章较老，无法在相关文章中匹配出来，而且翻页数量为 10（这个比较通用了），那点击行为是：首页》频道首页》该栏目文章列表页》第 10 页》第 20 页》第 30 页》，点开文章就是第 6 次点击。这个问题如何解决？？？不知道“不超过 5 次点击”这个结论有何而来，有知道的朋友请评论告知下！

2、

引用

所有页面都能链回首页

这个要求本身是正确的，可是从策略上讲是不合理的；首页重要，但是首页能针对的关键词却是有限的，什么样的优化策略决定着要使用何种链接结构，一般而言，频道首页重要型大于网站首页，因为内容页的 PR 是从频道首先向下传递的，所以不是什么样的网站都必须要求每个页面链回首页；对于门户网站来说，频道基本上都是开的二级域名，也就是说在 SE 眼中是一个“新站点”，所以，针对这个“新站点”庞大链接系统的起点并不是从 www.\*\*\*.com 开始的。

3、

当然，这个方案的价值还是很高的，其中重要的几点的确提的好：

1、避免连接错误，比如调用不存在的图片和连接到不存在的网页  
很多 SEO 都知道这个的重要型，但是却在优化中没有提炼出来

2、广告和与正文无关的内容尽量用 iframe、JS 等方式调用显示

这句话应该改成“广告等和与正文无关的内容尽量用 iframe、JS 等方式调用显示”，这是搜索引擎网页净化中很重要的一个策略。

## SEO 案例十二：激烈竞争下 SEO 如何突围——干洗业 SEO

### 案例分析总结

红擎 SEO 案例研讨的分析对象是干洗加盟连锁业德国卡柏

<http://www.cobberge.com/>。这期对象的特点是：SEO 竞争很剧烈，整个行业都在做 SEO 优化，本站已做了一定的优化，比多数企业网站强，但还不够到位。本期共收到 14 份报告。本文把大家观点进行整理，方便对研讨成果形成整体认识。

一．竞争分析

对于干洗行业的 SEO 竞争情况，佳伦总结得相当到位：

“干洗行业历来是在搜索引擎里竞争非常激烈的关键词，从整个行业的反馈来看搜索引擎的关键词搜索也却是跟他们带来了很大的生意，尤其在上海很多大型的



干洗 连锁加盟企业都是通过互联网而快速发展他的加盟店，甚至有些企业把 90% 的推广费用全部放在互联网上面。这也因此加大了干洗行业在搜索引擎中的竞争，百度 的“干洗”关键词第一位已经竞价到 30 多元一点击，而 google 的干洗相关关键词从第一页到第三页都看得到优化的痕迹，而且都是由专业公司操作，很多干 洗行业的企业的网络营销费用都在百万以上。”

佳伦将报告命名为“竞争激烈的冷门词优化”，形象地反映了本站所在行业的 seo 特点，因为这个行业的网站都在做优化，而这些关键词相对于其他热门关键词搜索量还是很少。

## 二. 网站目标、受众及主题词分析

以下是部分相关主题词的月均百度指数，卡柏购买了所有这些主题词的百度推广：

干洗店 1983，干洗 1781，干洗店加盟 1759，干洗机 1128，干洗加盟 1081，干洗设备 360，干洗连锁 292，干洗连锁店 216。

黑色梦中认为，通用词的搜索量虽然大，但客户转化率未必一定高，根据卡柏自身业务及网站定位来构想的关键词才是最重要的，比如：干洗加盟、干洗店加盟、干洗连锁、干洗连锁店等，而干洗设备、干洗机、干洗机价格将作为辅助关键词。大家普遍认为，本站缺少针对目标关键词的整体规划。包括：1. 对应不同关键词建立针对性的优化页面，2. 以主关键词为焦点，建立长尾关键词；

Chris.e 对如何针对不同关键词设立针对性页面给出了具体建议。他提到：

1. “干洗加盟”和“干洗店加盟”，分开制作成两级登录页
2. “干洗连锁店”自成一个登录页
3. “干洗机”和“干洗设备”合并一个登录页

各登录页的关键词密度保持在 3.5%~4.0%，其他 SEO 元素跟平时做优化一样。

## 三. 首页分析

大部分报告对本站首页提出了批评，并给出了建议。

标题方面：

重新设计网页标题及 HEADER 区域标签内容。

要利用好 title 最重要的第一个字组，目前 title 的特殊花哨要取消。

之间的代码，最好是按照重要性来排列。

图片方面

1. 把网站 Logo 从原来的背景图换成贴图并加上网站首页链接和 alt 属性。
2. 图片添加 alt 属性（主要是左边导航栏）。

首页代码方面

黑色梦中建议：优化网页代码，将主体内容区域的代码提前；改变目前的网页布局模式，例如将主题文字内容放置在左侧，而将论坛登陆框及下面的图片放置在右侧。

不少人建议给首页代码减肥，现在太臃肿了。另外大家也建议减少 js 的使用

首页内容方面

首页应该再增加几块内容，即将加盟及连锁等部分内容填充进来

首页链接方面

charles 指出，首页的链接资源浪费很严重，对部分重要引导性页面没有提及，例如加盟卡柏的信息引导。

## 四. 网站结构分析

大家一致注意到以下问题：

1. 大量网页标题重复或相似
2. 内容页较多采用论坛，标题直接链接到论坛帖子
3. FLASH 形式的导航

windear 发现本站的百度收录非常糟糕，只有几页。估计与大量网页标题、描述重复或相似有关。

longhainet 评论说，每个页面的 title 跟描述，应该配合页面内容来写，但是本站却没有做到位，title 变化太小，描述完全一样，这样的做法在网站 seo 优化是一个大忌。

本站内容页较多采用论坛，标题直接链接到论坛帖子，也是大家普遍批评的问题。从网站首页的篇幅来看，绝大部分为论坛的内容调用页，整个网站的数据量也是大部分集中在论坛里。江湖漂估计，网站的设计者是想以网站的论坛实现浏览者与 Cobberge.com 的交互性，从而提高整个网站对浏览者的黏性，提高潜在加盟者的兴趣和加盟的成功率。

但内容页采用论坛形式，从 SEO 角度可能是不利的，相对于独立的页面，论坛对搜索引擎优化的可执行力及操作难度都稍大些。

大家普遍建议导航部分放弃使用 FLASH，改用文字链接导航，锚文本以干洗为基础展开。

Chris.e 对本站的结构优化给出了比较全面的建议：

网页结构改用 Div+CSS xhtml 结构，利用 Div+CSS 进行网页左上角 Div 层定位，把网页主要内容放在该层上并放置在代码的最前面，易于搜索引擎抓取文字内容以及增加主要文字内容的展示率。

把主导航栏从 Flash 里面抽出来，导航栏里面的效果利用 DIV+CSS+Javascript 实现。把 4 个登录页都添加入导航栏里面，再把网站地图从 Footer 移动到主导航栏里面。

新闻标题尽量包含“干洗”这个词，新闻主题必须以干洗为主题。所有网页 Title, meta description, keywords 都需要重新编写，必须根据网页内容进行编写（IBM 中国网站的所有网页就是人工一个一个慢慢编写的。）

放弃使用论坛发布新闻，改用新闻发布系统发布新闻，添加相关文章链接和留言板（论坛是客户与企业之间的互动平台，不是新闻信息发布平台；而且论坛有个通病就是没有相关文章的链接）

了上述问题，大家还对许多细节问题提出了意见，例如：

1. wkcow 和风之痕等指出，URL 命名有可以改善之处。例如首页导航栏下的连接（about1.aspx，公司介绍，about2.aspx，品牌诠释）不合适，可以换成拼音或英文的命名方式。论坛及目录命名尽量使用拼音或者英文，不要使用数字等不易明白的符号，由于大部分流量从百度来，更建议使用拼音命名，例如加盟页面使用中文拼音 jiameng 而不是 join。
2. Endy2000 认为，将 home、主页等字眼换成该网站或是页面的关键字，例如“首页”换成“卡柏干洗连锁”会更好些。
3. charles 发现，从网站地图 <http://www.cobberge.com/sitemap.aspx> 看网站的结构似乎很清晰，但实际在网站设计中并没有完全按照这种扁平结构执行，地图与网站栏目链接也不同步。
4. 部分会员提出应采用静态页面，而不是大部分是动态页面。
5. bconline 等发现个别页面堆砌大量的干洗相关的关键字，虽然可能是无心，但可能会被搜索引擎视为作弊。



## 五. 外链分析

佳伦发现，干洗行业目前排名比较靠前的网站，很多关键词都是通过以前老套的群发链接的形式提高上去。总体来讲，本站外部链接工作还是做得不错的，有一些优质的网站链接。

Chris.e 对本站如何发展优质外链，提出了一些详细建议：

做研究或者调查，媒体非常喜爱这些数据（例如人们对健康干洗的认知，干洗市场研究，连锁干洗店的覆盖率）

跟行业门户网站合作，为他们提供行业新闻稿和独家消息附上自己网站的链接。

为出色员工建博客，鼓励他们每日更新一次。

去阿里巴巴等 **B2B 网站** 发贸易公告供应干洗设备并附上自己网站的链接（可以在价格上面下功夫过滤部分客户）

网址站递交（hao123, 265, dmoz, yahoo directory）

## 六. 内容分析

大家对本站的内容充实及更新速度表示赞赏。

黑色梦中从网络营销角度对内容建设提出了建议：如何从用户需求角度建立及具针对性的内容，譬如：加盟流程、加盟优势、经营体系、经营培训、成功案例、成功 加盟者的访谈、加盟注意事项、干洗行业特点、市场前景、如何考察本地市场等等，以及这些内容怎么表达，本站还有待改进。

## 七. 客户体验分析与网络营销分析

从用户体验来看，直接将用户引导到论坛的形式也是值得商榷的，论坛形式与其要传递的正式商业信息可能存在不匹配，不利于用户建立信任。黑色梦中认为，具体 内容页可以与论坛结合，让用户知道论坛里有相关主题内容的讨论，论坛应该对是网站内容的补充，是与客户互动的平台，而不是信息平台。

KYW 对卡柏公司比较熟悉，发现卡柏有一些服务优势没有在网上展现出来，例如他们会用车把想加盟的人送去参观他们的培训基地等。并建议本站把“最佳门店”直接放到主页展示，类似“博客之星”。

由于竞争激烈，本站是以竞价广告为主，以 SEO 为辅。Chris.e 建议：

1. 为每个关键词建立一个独立的登录页，添加统计软件随时监测过来的流量，并随时根据统计数据对该页面作适当调整或优化提高客户转换率。
2. 为每个付费广告撰写不同的广告标语（广告标题跟描述）
3. 每个付费广告都应该包含一个该广告的关键词。
4. 给每个关键词多做几个广告版本，测试一下看看，哪个版本的转换率较高就用哪个。

## 八. 总结

本期案例研讨，是红擎 SEO 小组成立后的第一次研讨，比上一期作为试验的芒果网案例，报告的品质有提升。

下一期案例，我们建议大家选择以下方式之一种来进行分析：

1. 全面方式：系统地、层次化地观察，可以参照建议的分析模板（即将提供）
2. 深入方式：专抓单一项目，例如关键词分析，从企业最佳利益的角度深入细致地分析

## SEO 案例十三：给我的考拉朋友：单页面获得流量的办法

摘要：一个单页面 [SEO 案例](#)，来自一个[美女 SEOer](#) 的单页面 [SEO 案例](#)。

案例全文如下：

我的考拉朋友们，最近几天我一直在研究如何用单页面在最短的时间内获得流量的方式，现在总算有所结果，给众考拉朋友分享一下，你们应该可以用在最近的工作上面。

考拉现在已经算是一个不小的网站了，每天有很多的流量来源。但是仔细分析，真正通过关键词进入的页面却是不多，这种情况应该怎么解决呢？很简单，利用你们手中的考拉窝完全可以做的到！

一步步来，跟我一起做。

首先，我们需要选择一个确实有人搜索的词来做，简单来说，你可以先打开 <http://top.baidu.com>

我们应该选择一个竞争力小的词来做，那么怎么区分呢？首先从百度风云榜中，我们找一个词，我选择的词是“周杰伦”但是事实证明，周杰伦这个词在百度搜索，总共得到结果五千四百多万，而每日搜索达到了接近 5 万（点击查看“周杰伦”的百度指数：

<http://index.baidu.com/main/word.php?word=%D6%DC%BD%DC%C2%D7>）因此来说，这个词的竞争是非常大的，作为考拉网，想要做这个词很快到第一名，权重是远远不够的，那么我们该怎么办？打开百度搜索周杰伦，然后在下面有个相关搜索，我们可以看到相关搜索中的第二位有一个词是：“周杰伦 我很忙”在百度中搜索这个关键词，得到的结果是 106 万，而搜索百度指数，“周杰伦 我很忙”得到的结果是将近 4 千人次，（百度指数：

<http://index.baidu.com/main/word.php?word=%D6%DC%BD%DC%C2%D7+%CE%D2%BA%DC%C3%A6>）再查看百度搜索中这个词排名前几位，竞争力都不是很大，因此，我们选择了要做的词是：“周杰伦 我很忙”

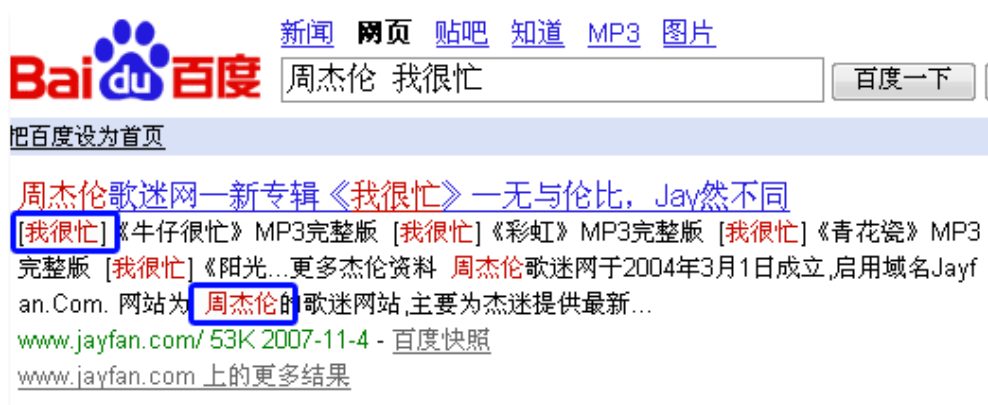
词是选择好了，但是现在还是不能添加文章，为什么呢？原因很简单，因为关键词的分布和百度的索引完全影响到你的这个页面的排名，所以我们要做的是首先让周杰伦 我很忙这个词分开展示。

插几句话，首先考拉朋友得明白什么是索引，看到下面这幅图你们就知道了



在图片中，我圈住的红色部分 就是索引，也就是说，百度搜索出的结果就是索引，在这里我们就可以发现，一个页的索引是很重要的，百度对于页面的索引，一般是索引在页面上的第一段话，如果你的个人网站，而且在网页代码里拥有 description，那么百度就会索引你的 description，当然，我们现在仅仅是使用考拉窝做排名，所以第一句话和标题是很重要的。

其次，我们需要简单的了解一下分词，在看看下面这幅图：



在图片中我们可以发现，我们刚才搜索到的周杰伦 我很忙分别被红色的字体分开，也就是分成了“周杰伦”“我很忙”于是，我们就大概的可以知道，可能百度是把这个短语分成了周杰伦和我很忙两个词，于是我们在标题中就可以运用他们了。

当然，实际的百度分词算法是非常复杂的，而且周杰伦 我很忙这个词也不是分的这么简单，据我的测算，百度大概会把这个词组分成“周杰伦”“我”“很忙”，当然了，这个难度就比较大，所以我们在这里暂时采用最简单的分词方式，就是看索引中红色的字。

插话完毕

继续说我们的文章，这篇文章的主题是：周杰伦 我很忙，于是我们可以写如下的标题：

““我很忙”——周杰伦新歌表达现状” 很简单的标题，既能吸引人的眼球，而且将周杰伦和我很忙分开，合理，且有效。

写完标题后，下面就是分类了，一般来说分类使用你自己的分类即可，但是在这里为了增加一些关键词的密度，我新建一个周杰伦的分类。

接下来是 TAG 了，在很多网站中，我发现 TAG 不但显示在页面，而且包含在页面的关键词当中，但是考拉窝并没有这个（希望考拉的程序员哥哥注意一下哦😊）这个 TAG 我们写的时候要注意，如果仅仅是要做周杰伦或者我很忙这个词的时候，我们可以在中间按照要求加上空格，但是重要的是，我们现在做的是一个组合词，如果你加入了空格的话，考拉窝的程序就会把你这个完整的词组分成两个词，这样我们的目的就不能达到了，因此，为了符合百度的习惯，在这里。TAG 可以写为“周杰伦+我很忙”看看下面这个图片就知道了。



标题： 我很忙——周杰伦新歌表达现状 上传到圈子

分类： [明星] 周杰伦 添加BOX

标签： 周杰伦+我很忙 (标签用逗号或空格隔开)

OK，重要的第一步算是完成了，接下来是第二步，该写文章了，这里要注意的是，文章中最好能和标题一样，将周杰伦与我很忙分开，并均匀的分布在第一段话当中，这一点是非常重要的，有很多网站（包括我的博客）程序中都是将第一段话作为网页的 description（描述），以提高百度索引的内容几率，但是考拉窝却没有这个功能，还是建议程序员哥哥能加上这个功能哦，(\*^\_\_^\*) 嘻嘻……不过暂时没有，我们还得写，第一段文章中，建议不要太长，大概控制在 100 个字左右，而周杰伦 我很忙这几个字分开存在 4-5 次就可以。

重要的两步做完了，现在你只要杜撰一下下面的文章就可以，下面就没什么具体要求了，只要注意关键词密度保持在 3%-5%就可以。

OK，发布完成，等待百度收录你的文章吧，收录结束后，你就可以开心的等待百度过来的流量啦。

当然，由于娱乐的时效性，所以最好在选词的时候注意一下关键词的保持时间，我相信，比如说 10 年后，人们搜索量不减的还是“减肥”“美容”这类长效词。

讲完啦，希望这些东西对我的考拉朋友有用。

## SEO 案例十四：石材网 seo 案例分析

www.stone365.com

中国石材网

是我在公司服务的网站，在公司我主要负责技术和 SEO 方面的

从去年 11 月份接手这个网站开始，发现网站结构设计的非常混乱，第一次大刀阔斧的对网站进行了 SEO 方面的改版，由于市场部经理很支持我，所以优化改版方面还是比较顺畅。主要改了以下几个方面

### 一、网站首页标题

原先是中国石材网，后面加了很多很多的關鍵字，页面描述和关键字方面也同样是关键字堆积

我改进后为：

标题：中国石材网—中国石材企业（B2B）电子商务的著名品牌网站

关键字：中国石材网, 石材网, 中国石材, 上海石材, 厦门石材, 北京石材展, 厦门石材展, 石材市场, 石材机械, 石材公司, 石材厂, 云浮石材, 山东石材, 北京石材, 人造石材, 石材价格, 石材养护, 石材雕刻机, 石材有限公司

描述：中国石材网（stone365.com）是中国石材企业（B2B）电子商务的著名品牌，是中国石材贸易领域内领先、活跃的网上交易市场，客户遍及全国各省市自治区，是石材商人开展网上贸易的著名网站。

### 二、各栏目的标题

原先的栏目标题也是栏目名称+一连串的关键词堆积，关键词和描述同样如此，所有栏目关键词和描述都一样

我把他改为 栏目名称+中国石材网

关键字和描述基本一样，都是在百度里搜索这个栏目相关的关键字，如交易中心这一栏目的关键字和描述为中国石材供求信息, 石材供求信息, 石材贸易公司, b2b 石材贸易网, 石材商业公告板, 石材商业贸易机会, 石材进出口贸易机会, 石材电子商务

### 三、会员中心地址二级化

原先的会员中心地址为：www.stone365.com/member/+会员名

现在改为：会员名.stone365.com

### 四、会员中心标题、关键字、描述的优化

这个主要是根据会员中心的栏目、产品信息等设计

举例如某个会员发布供应石制家具

页面 <http://dehuafan.stone365.com/covtrade.asp?id=55865>

标题设计成：石制家具—石制家具—云浮市石城镇托洞高谭广信石材厂

即：产品名称+所属分类+企业名称

关键字和描述也类似。

第一阶段主要做了这些工作，由于网站非常庞大，修改的内容很多，这些工作还要和部门以及经理讨论等，花了几个星期时间改完，后来访问量逐渐上升，大概过了两个月左右，访问量比原先提高了将近一倍

第二阶段就是一些零星的优化，主要分析百度的搜索关键词，在结合栏目内容，把原先的栏目设计标题等补充一些搜索的关键词进去



后来做了一个地区分类，即首页左上角那块区域石材，把石材主要几个热门省市在这里罗列开来，里面进行了关键字优化，如石材市场、石材信息等，这样用户搜索地区市场来我们网站的概率极大增强，如百度里搜索 浙江石材市场、上海石材市场、北京石材市场等都有不错的排名，各位可以去看看，这些既优化了搜索，也方便了用户，因为网站确实提供了相关的内容。所以这个阶段总结下是零星的优化和对第一阶段优化的结果，根据搜索引擎的反应情况进行修改等。经过这么优化后，访问量提高到了原先的一倍，第一阶段是将近一倍呵呵，而且比较稳定。

第三阶段也就是五一前夕发现自己疏忽了一个很重要的问题，就是把会员中心产品展示等栏目页面的标题没有使用<h1>，因为原先那块区域是显示公司名字的，后来觉得这么好的地方这么浪费太可惜了，就改成目前这样。演示  
<http://dehuafan.stone365.com/covtrade.asp?id=55865> 石材家具 这个页面上的大标题，用了<h1>，五一休假回来后，发现访问量马上比原先增长了300左右，从这几天发展势头来看或许还要增长。

以上是优化公司网站的一些经验，但是也写下一些疑惑  
百度里搜索“石材”（这里讨论的都是除去百度的竞价排名），我们排在第九  
百度里搜索“石材网”和“中国石材网”，我们排在第二

google 里搜索“石

材”，我们排第九  
搜索“石材网”和“中国石材网”，我们排第六

雅虎里搜索“石材”和“石材网”，我们排第一  
搜索“中国石材网”排第二

从上面看出在雅虎的排名做好，百度第二，google 第三  
我们很多很多的石材相关关键字都上去了，为什么这几个关键字却上不去，而且还排在这么多小网站后面，这个实在想不通，请大家各抒己见，发表对我们网站的看法，以及交流你对我们网站优化的观点和出路。本文通过真实案例分析我们的网站，也想借此机会和广大 SEO 爱好者进行深入交流。谢谢

SEO 案例十五：天下知营销网 SEO 案例分析

今天来用一个案例，说明一下网页制作中如何 SEO，这里以细节为主，大道理就省了。

目的：利用一个页面，抢夺关键词“网络营销工具”“网络营销 破解”

案例页面：<http://www.skyknow.cn>

关键词：“网络营销工具”“网络营销 破解”“全能营销”“暴力营销”“推



广小助手”

目前排名情况：百度，Google 都在首页。

下面就 skyknow.cn 这个单独的页面，和大家分享一下我的 SEO 操作方式：

- 域名的选择：

之所以用 skyknow，sky=天空 know=知道 天下知营销网 对这种域名更容易理解，一定能一下就把 skyknow 意思分开理解，

“全能营销”“暴力营销”“推广小助手”而这三个关键词都是软件的名称。也是现在市场上营销软件功能以及效果比较好的。让客户直接在搜索引擎上搜索这几个软件。直接就能找到。比网络营销这样的词。更具有针对性。

- HEAD 部分

<TITLE>网络营销 破解</TITLE>

网络营销后面加了个空格，我认为这样分割，搜索引擎都更容易理解，而且符合人们的思维逻辑习惯。

meta 部分特意没加，理由是不希望过度优化，所以放弃了这 2 项。

- H 标签使用

<BODY>

<DIV id=headerImg><BR>

<h1>网络营销——营销工具破解</h1><BR>

<h2>专业的网络营销策划机构 提供网络营销软件</h2></DIV>

<DIV id=content>

<DIV id=main>

<h3>网络营销工具</h3>

整个页面中 H1、H2、H3 各出现一次，并且紧跟在 Body 后面，蜘蛛读到这里，基本就明白本页面的意思了。

- 导出链接方面：

推荐专题：

<><A href="http://www.skyknow.cn/stype/stype\_list\_91.htm">营销推广计划</A></P>

<><A href="http://www.skyknow.cn/stype/stype\_list\_101.htm">搜索引擎专题</A></P>

<><A href="http://www.skyknow.cn/stype/stype\_list\_111.htm">网站策划方案</A></P>

<P><A href="http://www.skyknow.cn/stype/stype\_list\_131.htm">营销人物

</A></P>

<P><A href="http://www.skyknow.cn/stype/stype\_list\_141.htm">营销文库

</A></P></DIV>

首先我用“**推荐专题**”，而不是“友情链接”，搜索引擎明白这 2 个词的意思。

“网络营销工具、网络营销 破解”这 2 个都是搜索排名靠前的。

“竞争力、营销观察”是搜索“网络营销”靠前的。

“营销网”这个链接作为辅助。

有这样几个导出链接，搜索引擎也知道咱这页面和他们有共同点。

- 内容编辑方面：

<H3>天下知营销网 网络营销顾问服务</H3>

<P>服务地区：北京</P>

<P>服务形式：企业会员顾问制</P>

<P>服务项目： </P>

<P> 短期 — <STRONG>网站诊断服务</STRONG>，为网站进行一次详细检查，增强客户友好度。</P>

<P> 中期 — <STRONG>搜索引擎优化(SEO)服务</STRONG>，提高百度、Google 搜索排名，让客户更容易找到您。</P>

<P> 长期 — <STRONG>搜索引擎营销(SEM)顾问</STRONG>，寻找最高性价比竞价方案，降低竞价排名费用。</P>

<P> 更多详细介绍，请点击：<A href="http://www.skyknow.cn">天下知营销网</A><A href="http://www.skyknow.cn">网络营销软件破解版</A></P>

“网站诊断服务、搜索引擎优化(SEO)服务、搜索引擎营销(SEM)顾问”这 3 个词和营销精密关联，所以加粗了。

“服务地区、服务形式、服务项目”，这么用主要是想着提高与“网络营销 北京”这个关键词的相关度，特意对“服务”重复了 3 次，阅读感觉也很合理。

- 页面以 DIV+CSS 为主，整个页面 4 张图片，并且都不算大。

- 首页文件仅 3K，算上图片，加起来

也没多大，浏览还算快。

上面这些 SEO 细节，促成了目前的排名，应该还有上升空间，抽空再调整下，争取将“网络营销”百度进首页。

## SEO 案例十六：seo 案例研讨-芒果网

从整个网站和介绍页面上看，芒果网主要是做商旅服务，有四个主打产品：酒店预订、机票预订、旅游套票、旅行管理。其主推的关键字：酒店预订、机票预订、旅游度假。印象里前段时间芒果在写字楼搞过线下活动，logo 玩具挺有意思。

从搜索引擎各种数据、实际排名、网站结构、页面结构等分析，芒果网对搜索引擎的友好度简直可以用糟糕透顶来形容。主要分析了在百度的情况，其他搜索引擎也大概看了一下，没有太大差异。site 是 38,600，domain 是 818，link 是 12。下面将从几个方面来分析芒果网的现状：

### 1，产业竞争压力太大

商旅这块是最近几年的热点，目前在各大搜索引擎里面都有若干个热门关键词被竞价，百度最甚、雅虎其次、谷歌的左侧也有赞助商连接。在这三个搜索引擎结果页里除去付费的以外，前几名基本都让 e 龙和携程占据，前几页被各大旅游信息网站占据。就商旅这个产业来说，e 龙和携程已经占据相当大的市场份额，而且通过几年的积累，e 龙更是占领了大部分门户网站的旅游频道机票、酒店预定的位置。

### 2，竞争对手做的更好

粗略的看了看 e 龙和携程的网站，无论从网站结构、页面结构、可用性、易用性、内容等方面都感觉相对比较完善。

### 3，网站的构成

全站使用统一域名：mangocity.com

web server 使用 Apache/2.0.52 (Red Hat)

页面使用 .htm 和 .jsp 两种文件

### 4，网站的文件结构混乱

整个网站的多层文件结构非常混乱，没有统一的规划

积分商城 <http://www.mangocity.com/Gift/index.jsp>

机票 <http://www.mangocity.com/TicketWeb/default.jsp>

存在不少 url 携带参数的动态页面

酒店

[http://www.mangocity.com/MangoWeb/MainServlet?action=WEB\\_HotelSearchPre](http://www.mangocity.com/MangoWeb/MainServlet?action=WEB_HotelSearchPre)

通过 cms 发布的但最终页面被放置到了第五层内

[http://www.mangocity.com/cms/2006-09/04/content\\_880.htm](http://www.mangocity.com/cms/2006-09/04/content_880.htm)

论坛的读版页及读贴页均为动态页面

<http://www.mangocity.com/mangobbs/listTopic.html?boaId=3>

<http://www.mangocity.com/mangobbs/showTopic.html?topicId=8618&boaId=3>

存在跳转的页面  
度假

<http://www.mangocity.com/package/package-list.htm>

<http://www.mangocity.com/MangoPkgWeb/querySpecialSaleAction.do?operate=querySpecialSaleProduct&departCtiyId=70002&specialType=1>

#### 5, 网站的页面结构混乱

页面不符合 web 标准, 页面内 table 和 div 各类元素混杂, 大量使用 table 元素进行排版, 各类页面的信噪比都很低。

首页代码 1600 多行, 实际的内容非常有限, 页面被大量的 js、flash、map、form 占据, 其他如机票、酒店预订页都存在这个问题, 非常不利于蜘蛛抓取。

页面 meta 混乱:

有的页面 title 顺序混乱甚至没有

多数页面没有 keywords 和 description, 有这部分内容的页面也都是一样的内容, 也页面的内容关联性不大

论坛页面存在 2 个 title

foot 内的链接竟然使用表单按钮

#### 6, 缺乏内容运营

没有专题, 内容组织混乱, 可以说是基本无序

没有相关推荐

缺乏站内连接

没想到芒果网站做的怎

么差~, 有非常非常多的细节没有总结, 说实话: 烦了, 真 TMD 为奉献了几十个 pv 而后悔!

## SEO 案例十七: 一个比较特殊 SEO 案例(深圳 160 信息网)

### 一、背景分析。

深圳, 是一个对网络依赖度非常高的城市, 造就了其本地网上分类信息的火爆. 在激烈的竞争中, 有一家网络公司引起了深圳人的注意, 那就是深圳 160 信息网 (www.sz160.com) (后文简称深圳 160), 其公司名为深圳汇深网信息科技有限公司.

深圳 160 大概开始于 2003 年左右, 从 2004 年底, 我开始注意到了这家公司的操作模式. 通过建立大量网站, 以获取较好的搜索排名, 并加上一定量的广告投入, 来推广自己的网站的本地信息, 然后再拉拢商家在其中刊登分类广告.

对于 160 的这种商业模式，主要是依赖于网站本身在搜索引擎的表现，然后再辅助以广告。所以如何获得大量的免费的自然搜索排名成了 160 成功与失败的关键。

与此同时，中国的 SEO 也开始在 2003 年后逐步兴起，在 2004 年底的时候，垃圾 SEO 已经盛行达到了一个顶点。深圳 160 也顺应时代潮流，投入了一大批网站，照着别人的优化手段，开始了垃圾 SEO 之旅。优化的手段包括在网站制造大量的垃圾页面，使用跳转，处留言添加连接等手段。

然而很快的，2005 年开始 Google, Baidu 等对 SEO 作弊进行了强烈的惩罚，160 也不列外。其主打网站 [www.sz160.com](http://www.sz160.com) 也就是在这一时期被 Google 删除的。同一时间还有其他多个网站被清除，比如 [ww.sun.org.cn](http://ww.sun.org.cn)。

160 网站也正是从这一时开始反思，抛弃了中国 SEO 作弊常见的“经典手法”，转而开始了一场终极 SEO 作弊大策动。

我曾经认为而且现在也认为 160 的商业模式和理念是不错的，但是当我仔细分析其操作方法的时候，我只能说，一切太疯狂了。是我见过的投资成本最大，历时最久，动用人员最多的 SEO 作弊行为了。

而其作弊的方式也非常隐蔽而且手段也非常简单。就是制造大量的垃圾网站，不断地往该网站堆积大量高度相关的内容。然后通过复制，结构稍微调整，标题调整，改变域名，调换存放路径，将一个网站变成上百个网站。他们不需要象其他 SEO 作弊那样寻找连接，因为他们本身就有足够的资源。虽然他们大量的网站类似，但一般人也很难发现，因为域名不同，网站名不同，很难让人鉴别出来。

换言之，用 160 的手法可以彻底的玩弄搜索引擎，比如我要优化每个行业的某些关键字，那么我就先制作一个网站，管它行业里的什么内容，都往里面加。让这个网站变得页面数量非常大以确保有足够的页面内部连接。然后把这些内容的显示方式和网站结构稍微调整，让一个网站变成 10 个网站。让 1000 个页面迅速变成 10000 个页面，这时候搜索引擎不管怎么搜，按概率论算，轮也会轮到其中的一些页面排在搜索结果前面。加上针对的关键字几乎都是本地信息，竞争程度不一定非常激烈。很容易就可以在搜索引擎中占据大量的搜索排名。

## 第二、操作手法抓图分析

来看一看他们的操作手法吧！！

图一：不同网站之间互为镜像，页面新闻主题内容相同，结构相同。只是文件在网站中的位置不同，标题不同

图二：同一网站中创建同样内容的镜像页面，只是对新闻标题取名不同

图三：两个网站的内容，结构完全一样！只是标题不一样，网站名称不一样，域名不一样。



即将 [www.smers.com.cn/site48/](http://www.smers.com.cn/site48/) 路径下的网站重新上传到另一域名  
[www.sinovel.com.cn](http://www.sinovel.com.cn)

图四：同一跳蚤市场，结构稍微调整，不同域名，共用同一数据，网站命名不同。

即将 [www.smers.com.cn/site48/](http://www.smers.com.cn/site48/) 路径下的网站重新上传到另一域名  
[www.sinovel.com.cn](http://www.sinovel.com.cn)，然后将网站改个名字

深圳 160 对外大约有 120 多个这样互为镜向，要么就是内容完全一样只是路径不同，要么就是在域名、标题、字体、存放位置、结构上稍微调整。而网站的内容，似乎永远都是那些内容。第一个包含了第二个网站的内容，而第二个可能有包含了第三个网站的内容。反过来，第三个又有可能包含了前面两个网站的内容。120 多个网站相互关系错综复杂，集团作战，谁与争锋？

### 第三、作弊带来的影响

深圳 160 的这种做法，实际上已经严重违反了搜索引擎的条款，也严重影响到了浏览者的感受，现在你在 Google 里搜索深圳本地的信息，往往会发现在前几页看到好多好多他们网站的搜索结果。点过来点过去，好象搜索引擎已经完全被 160 垄断了一样。

比如，你以“深圳广告设计”为搜索，深圳 160 前 10 名有一个搜索结果外，第二页就有五个搜索结果是他们的，而且点进去的网站都几乎差不多，直接影响到了 Google 的正常使用，而且严重影响到了用户的搜索感受！

有兴趣的可以随便搜索一些深圳本地信息，比如“深圳清洁”，“深圳装修设计”，“深圳包装”，“深圳运输”，“深圳印刷”，你都可以感受到深圳 160 带给你的“超值享受”！

甚至可以这样说，在搜索深圳本地行业信息这个领域，除了少数几个热门行业（如翻译，鲜花）之外，深圳 160 几乎已经垄断了 Google 上关于深圳本地信息的搜索。Yahoo 目前虽然状况好一点，但仍然受到了其重大干扰。只有百度，百度毫不留情地删除了其绝大部分的域名!!!

图五：Google 里搜索关键字“深圳广告设计”，搜索结果抓图：

### 第四、搜索引擎将如何出招？？

面临这种大规模的，而且具有一定隐蔽性的，已经严重影响搜索引擎正常使用的作弊方法，搜索引擎该怎么办？Yahoo 和 Google 至今仍然没有发现或检测出来，只有百度，因为有专门的反垃圾小组存在，所以才能迅速地避免了被 160 玩弄股掌之间的尴尬。其他搜索引擎如 Yahoo，中搜，搜狗等情况虽然也比较严重，但是比起 Google 来，已经算是非常不错了。

由此，我们也可以看出，Google 在与有中国特色的各种作弊方式处理中，比起百度等本土搜索引擎来说，仍然有很大的距离要走。坚持不人工干涉的原则绝对没有错，关键是如何在坚持原则的基础上，怎么更好地改善搜索结果的质量，反正类似的被“劫持”的情况发生呢？Google 在中国反作弊要达到英文的水平，实在还有太长太长的路要走。如果 Google 在中国还是这样的话，利用 160 的方式，舍得域名空间，能轻易将 Google 玩死！

关于这种作弊方法，我甚至有一点悲观，我不敢预言在什么时候 Google 将会采取行动。但是我永远相信，任何人，任何公司，谁影响了搜索引擎的正常使用，影响了浏览者的感受。最终将会获出惨重的代价。

## 第五、后记

写这样的文章其实需要一点勇气。因为文章出来后，估计有很多的人会反感我。因为我老喜欢揭别人的短。所以我得先承认我确实有点不厚道，有点顽固与极端，甚至我可能只是 50 步笑 100 步。所以我决定，下一次，我该写我自己很久前用过的一些手法了。或许我的教训对部分人会有一点点的作用。如果大家对我的观点不赞同，可以写文章，可以加我的 MSN，我们一起探讨。

附： 石头检查出来的部分深圳汇深网信息科技有限公司（即深圳 160）的网站域名，有兴趣的可以自己分析：

womencare.com.cn  
www.gsxy.com.cn  
www.tcpark.com.cn  
www.smers.com.cn  
www.cticq.com.cn  
www.xa-rail.com.cn  
www.szzuche.com.cn  
www.sz160.com  
www.sz160.com.cn  
www.sinovel.com.cn  
www.rldance.com.cn  
www.herald-leader.com.cn  
www.szsheji.cn  
www.hangyi.com.cn  
www.ryowo.com.cn  
www.aa-club.com.cn  
www.szershouche.org  
www.koncent.com.cn  
www.szmarket.org/  
www.jybbs.cn  
www.sz800.com  
www.szcfx.com  
www.szweixing.org

www.tridenthomes.com.cn  
www.szzhuangxiu.org  
www.szdiannao.org  
www.szqingjie.org  
www.szfanyi.org  
www.szkuaidi.org  
www.szbaozhuang.cn  
www.szzhuce.org  
www.szfanyi.cn  
www.szjiajiao.org  
www.szyunshu.org  
www.szyinshua.org  
www.szbanjia.com  
www.szjiudian.org  
www.szhuoyun.org  
www.1660.net.cn  
www.szzuche.com.cn/  
www.mythofsoma.com.cn  
www.medu.com.cn/  
www.szgift.cn  
www.szsheji.cn  
www.cist-china.com.cn

## SEO 案例十八：廊坊视窗网 SEO 案例分析

### 案例分析-廊坊视窗网

今天终于忙的差不多了，开始更新内容，白天和廊坊视窗的站长换了个连接顺便分析下他的网站。

今天按格式来，不废话了。

网站名称：廊坊视窗


运营单位：个人运营




主营业务：廊坊地区的分类信息

竞价：无

其他种类广告：不详

## 目前网站的 SEO 现状

Results for: [www.lfview.com](http://www.lfview.com) - [历史信息](#) - [更多查询](#) PageRank:  Sogou Rank

搜索引擎			
收录情况	<a href="#">1300</a>	<a href="#">2150</a>	<a href="#">2277</a>
反向链接	<a href="#">953</a>	<a href="#">2</a>	<a href="#">7672</a>

以上为网站的收录数与 PR 值

网站的 PR 为 3，sogourank 为 46，说明站长有一定的网络营销意识，但是收录数的问题就比较大了，作为一个分类信息为目的的网站，这样的收录数显然不大理想。

同时，我们从网站首页的信息发布量可以看到网站的受欢迎程度，以下图片

节选自其中第一个栏目：



**招聘信息** [更多>>](#)


- 招聘保安 2007-11-18
- 招聘8名熟练熟练工 2007-11-16




下面我们来看看廊坊视窗这个网站的[关键词](#)排名，这里节选了前 8 个（原标题太长）

关键词	目前排名
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊招聘	20
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊房屋	8
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊求职	5
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊物品交易	8
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊二手信息	7
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊车辆买卖与...	9
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊教育培训	22
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊同城	-

网站各关键词在[谷歌](#)的排名

关键词	目前排名
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊招聘	17
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊房屋	1
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊求职	6
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊物品交易	1
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊二手信息	2
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊车辆买卖与...	1
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊教育培训	1
<input checked="" type="checkbox"/> 廊坊同城	13

Results for: www.lfview.com - [历史信息](#) - [更多查询](#) PageRank:  3 Sogou Rank

搜索引擎			
收录情况	<a href="#">1300</a>	<a href="#">2150</a>	<a href="#">2277</a>
反向链接	<a href="#">953</a>	<a href="#">2</a>	<a href="#">7672</a>

网站各关键词在百度的排名

看起来不错是嘛，呵呵，其实不然，大家从网站的信息发布量可以看到，为什么廊坊视窗 title 的关键词这么靠前，发布量会这么少呢？

答案就是没有尊重用户的搜索习惯，按照主观的想象设定了关键词，造成了词的排名虽然很靠前，但是搜得人不多，偶尔搜到的人看到信息较少，就懒得发布信息，造成了恶性循环。下面我们来看看廊坊本地的网民会搜些什么词呢？

关键词名	用户关注度
廊坊人才	221
廊坊人才市场	185
廊坊市	163
廊坊网通	127
廊坊在线	148
廊坊招聘	207

……其它指数一百以上的词还有廊坊武警学院，廊坊教育局等，廊坊视窗网站的点中的关键词：廊坊招聘，廊坊人才等，但是没有排在前列，都在第二页的下面，而其他排在第一的关键词都是没什么搜索量的关键词，这就不难理解为什么用户增长缓慢的原因了。

当然，这只是其中最重要的一点，其它的还有描述不到位，关键词设置不准，连接质量不高的问题。先不一一细说了，今天比较晚了，说几点改进建议吧：

1、改进 title，翻了下代码，title 长的恐怖，这样的用户体验是非常不好的，同时危险性也很大，现在幸亏没什么热词在前，否则可能被拔毛，甚至直接 k 掉，建议突出网站主题，缩小 title 长度，个人认为 4-6 为宜，选词要注意突出廊坊分类信息网站的主题，方便用户搜索。

2、meta 的 keywords 标签填写不规范，加入的一句描述词语属于画蛇添足，关键词隔开方式随自己喜好，但是数量不要太多。

原 keywords：“廊坊视窗-分类信息网站提供最新最全的廊坊分类信息、二手信息，打造廊坊信息发布第一品牌！廊坊招聘|廊坊求职|廊坊房屋|廊坊房……”



3、用好描述标签 deion，在保证词句通顺的同时围绕关键词做文章。

原 deion: content= “廊坊最大最专业的分类信息、二手信息发布平台” >

4、提高连接质量，现在的连接粗略数了一下，有 100 个左右- -，连接的网站种类无所不包，政府，游戏，网站建设，旅游，百度贴吧，人才网……建议和连接的站长们联系下，撤掉内容不相关连接，否则会适得其反。

5、宣传，写点软文，百度贴吧，相关论坛宣传推广。

## SEO 案例十八：宁夏门户网站《宁夏信息港》SEO 分析

宁夏门户网站《宁夏信息港》网址是：<http://www.nx.cninfo.net>；这是一个宁夏地区比较有影响力和知名度的门户网站，经过易管天下查询其信息大体为：

**www.nx.cninfo.net**

202.100.100.169 宁夏电信

创建于：1998 年 12 月 1 日

域名的年龄为(近似值) 8 年 11 月 29 天

当前 PageRank 值为：4

Sogou Rank 值为：55

Alexa 排名为：41,661

中国网站排名无数据

每天访问量约为：30,00030000 独立 IP

Yahoo 反向链接个数为：12,408

百度反向链接个数为：100

谷歌反向链接个数为：130

搜狗反向链接个数为：36,597

ALEXA 反向链接个数为：2,372

搜索引擎收录：

Google：320

百度：38,500

Yahoo：5,493

Live：39,300

搜搜：320

以上数据为 2007 年 11 月 23 日查询，仅作参考。

一、以上数据进行分析：

- 1、网站域名历史比较悠久，但 PR 值显得与域名历史有些不相称。因此，说明网站在 PR 方面重视不够；
- 2、反向连接数据表明，网站对外部连接的重视不够；
- 3、搜索引擎收录数据说明，网站对搜索引擎的优化和营销理念欠缺；
- 4、Alexa 排名在 100,000 内，这个比较乐观。

## 二、对网站框架及设计风格分析：

- 1、网站界面简洁清爽，不愧为宁夏第一大网站；
- 2、功能强大，使用方便；
- 3、信息资讯丰富，但部分频道未开通；
- 4、网站媒体合作的交互功能不完善。

## 三、针对网站内容优化分析：

- 1、网站首页头部代码不够专业，缺少专业说明和定义；
- 2、标题等内容过于简单，页面不规范；
- 3、信息内容缺乏优化理念；
- 4、网站在[搜索引擎营销](#)方面不够到位。

## 四、针对以上问题提出建议：

- 1、全面[优化网站](#)，进一步提高网站整体质量；
- 2、围绕搜索引擎进一步开展网络营销和搜索营销以及其他各种营销；
- 3、开展高质量、高形象的[网络推广](#)和媒体推广；
- 4、专业化提高网站在行业中的品牌和树立网络形象。

由于篇幅有限，在此只做简单分析，本分析属于个人见解，不妥之处可以相互探讨。

# SEO 案例十九：SEO 优化案例之《昆明租房网》

## SEO 优化之昆明租房网每天租赁房屋 100 套

这个 SEO 方案行文仓促请不要见怪，给大家分享一下，昆明租房在百度指数里没有指数，但我知道这两个词做到第一的话，每天大概有 300 左右的 IP 过来。所以还是接了这个任务。

客户：昆明租房网

网址：<http://www.kmzufang.com>

主要关键字：昆明租房，昆明租房网

### 1. 关键词选择：

因为房屋出租仅限于昆明地区，所以也就没有去选择“租房”这个热门的词，所以我选择的是“昆明租房”，“昆明租房网”

## 2. 网页标签设定：

```
<title>昆明租房网 - 租房找房上昆明租房网</title>
```

```
<meta name="keywords" content="昆明租房, 昆明租房信息, 昆明房屋出租, 昆明合租" />
```

```
<meta name="description" content="昆明租房网: 有大量免费的昆明房屋出租、求租、个人精选房源信息, 提供昆明住宅出租, 昆明合租、昆明商铺出租、昆明公寓出租、昆明别墅出租、昆明写字楼出租等租房房源信息。" />
```

## 3. 关键词布局：

3.1 将 LOGO 图片加入 ALT="租房找房上[昆明租房网](#)"

3.2 加上区域选择

盘龙区 五华区 西山区 官渡区 东川区 市中心

3.2 首页建议更换成信息列表，而不是简单的首页(待续..)

## 4. 链接策略

### 4.1 链接形式

以“[昆明租房](#)”，“昆明租房网”为链接文本进行链接操作

### 4.2 Rewrite

安装 rewrite, 内页 URL 全部改为伪静态链接

### 4.3

改变内页所有标题

他内页所有租房信息的标题都是这样

如：

```
<title>
```

```
西山 >> 昆明滇池路正和小区租房 - 租房找房就上昆明租房网
```

```
</title>
```

```
<script language=javascript>
```

```
window.document.title = "西山 >> 昆明滇池路正和小区租房";
```

```
</script>
```

虽然看上去有 title 了，这个标题实际上是个 javascript，把 js 获得的 window.document.title 传到<title>但大家都知道，搜索引擎过滤了 js，那么这样的页面抓出来

```
<title>
```

```
- 租房找房就上昆明租房网
```

</title>

这样的链接是很严重的错误了，一定要改

解决：这个 title 直接在 asp 脚本里写清楚 sql 语句从数据库哪一个字段获取出来，不要使用 js 来获取

#### 4.4 分页标签

对于分页 meta，也一定要写清楚，不要跟首页一个内容，也是在 asp 里写清楚

#### 4.2 软文

准备至少五篇软文，例如：

租在昆明、昆明哪里有好的租房网、我是怎么一小时在昆明落脚的，  
[www.kmzufang.com](http://www.kmzufang.com) 昆明租房真的很便宜”、做链向 <http://www.kmzufang.com>  
的链接，将软文发布在以昆明为主的网站、论坛（最好选择转载率高的网站）。

#### 2) 搜索引擎诱导稿

为了加快搜索引擎的收录，快速增加导入链接，可将本优化策略以案例的形式发在 ADMIN5、落伍等网站，这类网站流量大，搜索引擎更新频率高

注：软文首发在 <http://www.kmzufang.com>，在 24 小时后再发布到其它站。

#### 4.3 友情链接

寻找昆明主流网站做友情链接

## SEO 案例二十：普洱茶 SEO 大赛第一名经验及个人 SEO 分享

一直都想为这次挑战商业词 SEO 大赛写点什么，最近的公司变动，直到被百度拒绝都没写，有点遗憾；昨天的个人分享也因为时间冲突，搞的很是匆忙，所以想还是补上这个没完成的作业。

[屏蔽涉嫌广告部分内容]

一、起因：由一篇商业新闻报到引发的 SEO 技术大赛：

很是奇怪，在 SEO 群（主群：6587623）准备主办首次比赛定不下关键词的时候，出现了一个商业词：普洱茶，看到的给我第一感觉就是，我要做一个这样的资讯站，然后卖给普洱茶商；几乎在同时，主办方传达了同样的一个信息给我，我们就挑战这样一个商业词，这是意想不到的事情，因为商业词意味着，批量封杀，事实上百度还是出现（这个是后话了）。参加比赛的除了主群以外还有另外几个 SEO 群：官方的二群满了就不公布了，目前可以加第三群，我的一个英文为主题的 SEO 群和 17SEO 论坛群，还有其他一些群的，集合了这些 SEO 群的力量来做这样一个 SEO 大赛，我不敢说高手都来了，但是我想说，希望试试自己的身手的朋友还是来了不少，虽然没有什么奖励，但是本身的关键词商业价值，是不可估量。

## 二、参赛：

作为这次 SEO 大赛的受邀群，我也参加了，不过我是以有个 SEO 组的形式参加的一17SEO；和在群里面认识的网名：张扬的大鸟，一起组队，我负责网站的建设、优化支持，大鸟负责的是外链、软文、宣传支持（很多朋友可以看到[www.yunnanpuer.org.cn](http://www.yunnanpuer.org.cn) 的很多软文都是他来主导的，我给他的评价是实力非一般）；事实上我们的配合很成功。

## 三、开战：

一开始就有朋友已经上站了，而我是在大赛前一天晚上 10 点后才开始绑定域名和上数据，很是匆忙，一直忙到凌晨 3 点才睡觉，网站的架设还算是顺利，但是美工上就一般了，不过我喜欢这样的 DIV+CSS 架构，事实上在后面的时间里面也证明了，这种架构是很受搜索引擎喜欢的。

在接下来的几天里我主要是修改首页及内页面的标题，关键词，描述部分，因为架构上我用的是简洁型，所以不用多考虑，而要考虑的是网站主要页面的优化上，特别是在导航的定位上我自己考虑了很久，后来修改到现在的这个状态，就是导航词，包含关键词普洱茶、普洱茶价格，二标题也是直接简单，是我想要的（在关键词的定位上我的一贯习惯是，做自己想要的），然后在描述里面用正常语法下包含关键词的描述，可能有朋友所不能理解，正常语法，就是不是刻意违法语法来写一句话；有朋友查多我的网站首页关键词密度，很高，超过平时大家所说要掌握的 8% 这样的介线，但是我没有违法语法来刻意写一句话，大家可以看看首页，大多是一些标题，没什么其他的内容部分，所以我在顶部也增加的一个描述，这个作用大家都是知道，降低关键词密度，增加关键词的广泛度，个中滋味，大伙自己体会，用过的朋友都知道。当然在做这样一个优化的同时，我也引导了数据进入，而且还收工添加的些非采集信息，由于每天都更新，蜘蛛每天都来，关注的朋友都可以看到网站在搜索引擎收录后的日期每天都是最新的，但是量不大；忘记了外部环境情况：外链是有大鸟来做，他在开站 2 天内就引入了些 pr 在 3、4 的网站，还有软文支持，包过后面的宣传，每天的带动 IP 数量的作用是一个不可忽视的环节，这个可以说对排名的快速提升起到一个推进作用，我想说，软文在中国将有一个更大的市场，这个我想在以后将做一些相关的实验来验证；后来在请教一位 SEO 朋友：阿彪的时候，他建议我在一个比较热门的博客站引导下蜘蛛，我发了些，收录量突然翻了，中间也碰到 GOOGLE 更新排名，普洱茶价格一度冲顶，而普洱茶也到了首页最后一位，这对我是个意外，我从来没想到我能上这么快；当时百度的普洱茶价格也一度上到了首页；可以看出，搜速引擎对新站还是照顾的，平时有朋友说，google 或者百度不收站了，其实大多原因还是在于自身，所以大家还是多多分析自己的网站。

看起来说的还是挺笼统的，但是正在学习的朋友仔细推敲下，根据网页来体会，目前的优化是在百度拒绝后的最新的优化。

## 四、结果：

在经过一段时间的努力，普洱茶价格，这个词在百度成功洗牌，当然引发的后果，大家都知道，不过我想说，不是非要怪百度，作为一个商业搜索引擎，我能理解，毕竟洗牌还是带来了一些商业行为，普洱茶商对于广告的重视是可想而知的，同样，其他行业，也是如此，那么虽然我们是被百度所拒绝，但是可以看出，SEO 在商业上的应用，还需要关大 SEO 工作者的不懈的推广，但是是引导正确健康的



SEO 技术。

而 GOOGLE 对于这样一个 SEO 活动似乎不在乎，[www.yunnanpuer.org.cn](http://www.yunnanpuer.org.cn) 网站的参赛的关键词排名还是一直稳定在那里。

## 五、其他

其他的我想补充个人觉得要提的 seo 之外的东西：

一个是服务器的问题，我的空间一直好像都不是很稳定，有时候是打不开，或者服务器重启，这个很危险，会影响到蜘蛛，从而影响到排名；

一个是 IIS 的问题，我的 iis 不够用，有几天一度打不开，不能正常访问，也是一个大忌，访客是来看网站的，他们不知道出了什么问题，打不开，都会想网站都打不开，做的也是一般般了；

另外一个：是在 27 号左右，我的电脑坏掉，然后公司的网络很慢，我登陆服务器后台很麻烦，就在这几天 google 的普洱茶价格这个词的排名被一个网站所赶超，特苦闷，所以建议大家有个好工具，来帮助你继续工作。

## SEO 案例二十一：小说网站的 SEO 优化

前些日子有人让我做小说网站的优化，我没太注意。昨天想到了，就自己做了个[盗墓日记小说网](http://www.dmrj.org.cn)，这里就说说该站的一些细节，其实也很简单。

网站：[盗墓日记小说网](http://www.dmrj.org.cn)

域名：<http://www.dmrj.org.cn>

### 先说说域名的 SEO：

其实小说原文叫《盗墓笔记》，我注册域名的时候记错了，心里想着《盗墓日记》就注册了 dmrj（盗墓日记的拼音缩写）。虽然错了到也无所谓，也有部分人搜索《盗墓日记》的，那就将错就错吧。

### 网站名称：

直接包含关键词就行，盗墓日记小说网就挺不错。

### 首页 HEAD 部分：

```
<TITLE>盗墓日记小说网</TITLE>
<META name=keywords content="盗墓日记">
<META name=description content="盗墓日记小说全集">
```

### 内页 HEAD 部分：

```
<TITLE>盗墓日记第一章：血尸 - 盗墓日记小说网</TITLE>
<META name=keywords content="盗墓日记第一章：血尸">
<META name=description content="盗墓日记小说网提供《盗墓日记第一章：血尸》在线阅读">
```

## 页面的 SEO:

1. 首页的标题用了 H1。
2. 在标题下加了一小段原创的句子，并且包含关键词，读起来通顺，也对小说做了一个简单的说明。
3. 章节标题使用粗体，如下图：

<b>《盗墓日记》之七星鲁王</b>	
第二章 50年后	
第五章 水影	
第八章 山谷	
第十一章 七星棺	
第十四章 闷油瓶	
第十七章 洞	
第二十章 钥匙	
第二十三章 棺椁	
第二十六章 紫玉匣子	
第二十九章 紫金匣	

使用粗体

www.SEOtest.cn

4. 在页面最下方版权位置，出现 2 次关键词，如下图：

如果您对《盗墓日记》有任何建议请联系我们  
©2007 [盗墓日记小说网](#) 版权所有

以文本形式出现一次关键词，没加粗。

以链接形式出现一次关键词，指向首页。

www.SEOtest.cn

5. 小说具体文章页面的标题用了个醒目的样式（用 H1 会更好）

## 《盗墓日记》第十一章 甲板

**<b><span style="font-size:18pt;">《盗墓日记》第十一章 甲板</span></b>**

www.SEOtest.cn

6. 去掉了页面内所有 JS 代码和无用的代码。
7. 所有指向首页的链接指向域名，而没指向 index.html，不会造成重复收录。
8. 本文用了“[田忌赛马](#)”的思想。

这个站我是从其他站下载后改的，有些页面还没完全整理干净，但 [SEO](#) 方面做了

上面这些，我觉得也足够了。高手们就别计较“盗墓日记小说网”的收录和排名了。本文只是一个案例，让对 [SEO](#) 没什么概念的人有所了解。

## SEO 案例二十二：芦苇网 SEO 分析及建议

2 周前的聚合上，有幸认识一群上海的站长们，其中有 [芦苇网](#) 的老大——芦苇（黄强）前辈。今天友情提供一份 SEO 方案，这也是 Kyw 首次对视频类的 WEB2.0 网站进行 SEO 分析。

认识芦苇前，从来没去过 [ruvita](#)，对网站整体了解比较浅，下面只是个人对芦苇网的理解及 [SEO](#) 建议。

### 芦苇网基本情况：

域名：[www.ruvita.com](#) 这个域名比较难记，大家可以拆开来记忆 ru vi ta。

历史：2006 年 4 月注册的域名，估摸着网站开通大概快一年了。

定位：家庭类视频分享网站



Logo：

Google PR：1

Sogou PR：51

### 搜索引擎收录情况：

Results for: [www.ruvita.com](#) - [历史信息](#) [www.SEOtest.cn](#) PageRank: Sogou Rank: 51 Alexa Rank: 49163

搜索引擎					
收录情况	<a href="#">104000</a>	<a href="#">39200</a>	<a href="#">x</a>	<a href="#">7113</a>	<a href="#">x</a>
反向链接	<a href="#">2</a>	<a href="#">20100</a>	<a href="#">26500</a>	<a href="#">18732</a>	<a href="#">88</a>

### 首页 HEAD 代码：

```
<title>芦苇网:分享家庭的视频和图片</title>
```

```
<meta name="Keywords" content="视频, 相册, 论坛, 团购, 装修, 美食, 装修合同, 装修预算, 建材, 装修知识, 装修经验, 装修中遇到的问题, 装修团购, 建材团购, 装修设计, 美食, 做点心, 做蛋糕, 皮蛋瘦肉粥, 女性, 学做菜, 家常菜, 烹饪, 减肥, 美容" />
```

```
<meta name="Description" content="芦苇网:分享家庭的视频和图片, 装潢合同, 装修合同, 装修预算, 建材, 装修知识, 装修经验, 装修中遇到的问题, 装修团购, 建材团购, 装修设计, 装修规范, 美食, 做点心, 做西点, 做蛋糕, 皮蛋瘦肉粥, 做菜, 女性, 烧饭, 学做菜, 家常菜, 烹饪, 烹调, 减肥, 美容" />
```

### 关键词排名情况：

我在百度和 GOOGLE，依次查了 meta name="Keywords" 内的 24 个关键词，结果惨啊，芦苇网没有任何页面是排在百度和 GOOGLE 搜索结果前三页的。

SEO 调整建议：都是具体调整，就不写大道理了。

1. 网站域名极其混乱，连带 IP 的 URL 都有。

解释：

<http://ruvita.com>

<http://www.ruvita.com>

<http://www.ruvita.com/Default.aspx>

<http://61.132.75.44>

这 4 个 URL 实际是一样的，但搜索引擎是认为是 3 个站 4 个页面。

坏处：多域名造成重复页面问题，Google 中大量大量的补充材料出现，其他搜索引擎收录也非常混乱。

解决：网站统一使用 [www.ruvita.com](http://www.ruvita.com)，其他域名全部使用 301 重定向到该域名。

好处：如此解决后，不仅可以提高对于搜索引擎的友好度，而且各域名间的 PR 传递、外部链接都不会浪费。

2. 页面源代码中，把 JS 代码做出外部独立文件，使用外部调用，以减小页面大小。不能去掉的 JS 代码，放到源代码最下面。

3. 改成 DIV+CSS 设计，减小页面体积。

4. 导航条使用文本形式，方便搜索引擎蜘蛛爬行。

5. HEAD 部分代码建议：

```
<title>芦苇网:感受家庭视频和图片带来的快乐</title>
```

```
<meta name="Keywords" content="视频网站, 家庭视频, 家庭图片" />
```

```
<meta name="Description" content="芦苇网:展现家庭视频和图片的舞台。家庭装潢视频、婚庆典礼视频、儿童视频、做菜视频, 家里发生的事, 这里都有!" />
```

6. 栏目页面 HEAD 部分建议改成：（这里拿[女性视频栏目](#)举例）

```
<title>女性视频-芦苇网</title>
```

```
<meta name="Keywords" content="女性视频" />
```

```
<meta name="Description" content="芦苇网女性视频栏目区：美容视频，减肥视频，化妆视频。" />
```

7. 内页 HEAD 部分：（用[消除电脑色斑的窍门](#)页举例）

```
<title>消除电脑色斑的窍门-女性视频-芦苇网</title>
```

```
<meta name="Keywords" content="消除电脑色斑的窍门, 视频" />
```

```
<meta name="Description" content="消除电脑色斑的窍门 芦苇网-女性视频" />
```

8. [消除电脑色斑的窍门](#)，芦苇网的留言已经成为群发的对象。建议对所有留言内的链接加上 nofollow，形式如下

```
<a href="http://www.seotest.cn" rel="nofollow">SEO-搜索引擎优化实验室</a>
```

9. 增加高质量外部链接建设，1 年的网站 PR 只有 1，Google 显示只有 2 个外部链接，这方面做到非常不足。

## SEO 案例二十三：为某女性门户网站做整体策划推广方案

2007 年 7 月份，一刚开通不久的女性网站运营总监联系团队，要求针对网站目前的现状进行分析诊断，做 [seo](#) 方案并进行 seo 培训。

中大型网站的运营与个人网站有明显的不同之处，针对此网站的现状，我们给出的方案简述如下：

一、运营方是有一定势力的公司，但开站之初进行了个人站长一样的“采集”做法，这样风险很大，应尽快将采集的内容进行整理，并持续补充高质量内容。

二、网站结构明显不好，要做到从首页到达任何一个页面，点击次数不要超过四次，同时所有页面应该有返回上级页面的回链。

三、经过分析后，我们列出了五个竞争对手网站，并对每个网站的特点，目前的流量情况，优缺点进行了分析。

四、针对第三点，找到突破口，选择差异化的推广策略，力争最短时间内在同类网站中占有一席之地。

五、详细的 seo 方案及时间控制。

六、此企业拥有一些其它的资源，我们给出了几种资源整合的建议。

客户拿到方案后首先对网站进行了大改版，对内容进行了处理，从而使收录数量趋于正常，经常一段时间逐渐摆脱了“个人网站”的形象，降低了搜索引擎方面的风险。

针对 seo 方案进行了栏目的重设及调整，对方案中的二百个关键词，选出十个做初期的重点优化。

[seo 培训](#)：通过问答式的方法，利用网络进行，在基本理论完成后，共进行了二十多个针对性问题进行了交流与解释。

效果：网站经过四个月的运营，目前日访问量已经突破二万 IP，被期选择的二级关键词已经有了不错的排名，网站整体在搜索引擎中的表现良好。（版权归 [www.inghe.net](http://www.inghe.net) 所有，本篇文章拒绝任何媒体转载）



## SEO 案例二十四：最热门的关键词优化案例

2007 年 3 月份，本站 [seo](#) 专家参加了中国首届搜索引擎优化大赛，大赛指定的关键词为“渡虎谷”，优化目标搜索引擎为百度、google、yahoo 中文。此次赛事亦被业界称为“渡虎谷”大赛。

关键词的特点：渡虎谷是一个新词，在比赛之始网上没有任何搜索结果，但做为展示中国甚至是华人 seo 选手的实力的比赛，自然吸引了国内外一百多位 seo 高手参加。所以关键词的竞争极为激烈，甚至超过了最火爆的商业词的难度，有些站长甚至动用了门户网站的资源进行最后的冲刺。

经过三个月时间的角逐，赢和团队 seo 专家的博客“渡虎谷博客 [www.admy.cn](http://www.admy.cn)”获得了第一名的成绩，图为在厦门搜索引擎战略大会上的颁奖情况：

左为国际知名搜索引擎营销专家：Chris Sherman: Searchwise 总裁。



## SEO 案例二十五：彩虹图书网整站 SEO 优化建议

站名：彩虹图书网

地址：<http://www.115book.com>

自习室网络[营销社区](#)免费 SEO 评测出品

引子：搜索引擎优化通俗的说法其实就是把握好很多网站设计制作中的因素，把站内的内容通过一些对搜索引擎友好的手段呈现给搜索引擎，同时也呈现给访客。这中间有一个共同点，就是搜索引擎面对的用户也是搜索者，利于访客的用户体验的站也同样更容易得到搜索引擎的青睐！但是这些都是一个长期的，循序渐进的过程，中间需要不断修改和改进来达到在搜索引擎中排名上升，从而带来有效流量，赢得订单！

1：网站整体状况分析：

115book.com 在[百度](#)和 GG 以及 Yahoo 上的收录表面还不错，[Google](#)上收录总共

约为 36,600 个，[百度](#)一下，找到相关网页约 79,300 篇，Yahoo 上的页面，被收录的网页：共 17373 条。

反向连接，yahoo 查询出来的结果：链向该地址的网页：共 4281 条，但是发现很多连接都是自己的站，并且这些站是在一个服务器上，加上数据一样，这样的连接价值都不算高。

域名注册时间是：11-nov-2003，[Google](#) PR 值为 3. Sogou PR 值为 33。应该说这个域名还是比较有优势的，注册的时间比较早，这个站应该有潜力可挖！

## 2: 关于首页。

A: 顶部的 META 标签:

```
<title>管理图书, 企业管理图书, 管理图书网, 管理培训图书-彩虹图书网-首页</title>
```

```
<META cFONT-FAMILY: 宋体; mso-ascii-font-family: 'Times New Roman';  
mso-hansi-font-family: 'Times New Roman' ">彩虹图书网是专业管理类图书网,  
主要经营管理培训教材, 建筑图书, 化工类书籍, 电力图书, 交通类图书, 机械图书,  
在 20 多家出版社大力支持下不断创新, 300 多个城市可以货到付款, 欢迎新老  
客户来电咨询 电话 010-12345678" name=description>
```

```
<META cFONT-FAMILY: 宋体; mso-ascii-font-family: 'Times New Roman';  
mso-hansi-font-family: 'Times New Roman' ">管理图书, 企业管理图书, 管理图  
书网, 管理培训图书" name=keywords>
```

如果是企业站，做的是单一的产品，建议可以采用“关键词+企业名&网站名”来做 TITLE 命名。但是书站不一样，关键词可以分不到具体的内容页和分类页面去，所有首页的写法可以参考下面：

```
<title>彩虹图书网-管理图书，企业管理，管理培训图书，专业的老牌管理图书  
网！</title>
```

description 标签写的不错，上面的“20 家出版社，300 多个城市”，这些数据很能说明问题。

关键词主要就是写上网站的主关键词，现在“管理图书”[百度](#)第 1，GG 第 6。

B: 网站 LOGO 上面加上 ALT 属性:

```

```

顶部中间的图片建议重新设计，加上促销、售后服务等具有诱惑性的因素，比如在图片上加上“20 多个出版社合作，300 多个城市货到付款”等字样，给客户一个可信度。或者也可以加上一些广告标语：即日起，到彩虹图书网买书超过 200 元。可以获赠一本“资治通鉴”。（当然不是送资治通鉴，可以送一些通用的书籍或者小礼品，这些也是营销中很重要的环节）。

右上角的地方，“书到付款”处可以考虑加上三个按钮。

“收藏本站”，便于客户把网站收藏起来，下次再看。

“联系我们”，把网站的联系方式加上，电话，传真，手机，QQ，邮箱，以及下步考虑做的论坛，把这些联系方式几种放在一个页面。

“购书帮助”这个连接到“付款方式，物流配送，注意事项”等页面。

这三个页面虽然很简单，但是这个地方基本上是人们习惯的地方，加上右手鼠标的习惯，这个地方的关注度是比较高的。

### C: 顶部的导航:

可以增加 2 到 3 个互动性强的栏目，比如留言板，论坛等等。增加和访客的互动和交流。

不要把 QQ 加在上面，这样显得很专业，并不是说不放 QQ，可以加在右侧，做个跟随的客服，放在首页。加上常用的 QQ, MSN 等及时通讯软件。或者也可以用专业的客服软件，目前有几个免费的系统也不错。

www.53kf.cn 和 WWW.TQ.CN 这两个系统我用过，都还不错，可以考虑一下。

“**分类导航**”地方空白比较大，可以调整一下，变的紧凑一些。

D: 特别推荐的地方最好是配上图片，不然所有的图片都是空白的，实在是不太好看。并且几本书应该排列整齐，让人感觉至少不是很乱。

### E: 首页底部:

不定期的交换高质量，并且相关度比较高的友情连接。

加上网站备案信息，公司名称，联系方式等信息，给访客一个可信度提升的同时，搜索引擎也很关注这些细节。

另外，底部的每个栏目点进去必须要有实际的内容。

“网站首页”可以改成“关于我们”，写上彩虹图书的历史，公司简介等等，能忽悠则忽悠，这个是门面的东西。

### 3: 关于文章页:

A: 列表页和栏目页问题不大，部分可以参考首页。

内容页主要就是关键词的布局和内容问题，搜索引擎抓取的是从上至下，对上面的和下面的内容比较关注，

顶部可以加上滚动的代码，类似: <http://www.115book.com/Book29404>

```
<marquee scrollAmount=2 width=780>
<td vAlign=center><noBr>您现在浏览的是<FONT color=red>《中国地产金牌户型大典》</FONT>, <FONT color=red>《中国地产金牌户型大典》</FONT>面向全国多个城市提供货到付款服务, <FONT color=red>《中国地产金牌户型大典》</FONT>是专业书籍, 收到<FONT color=red>《中国地产金牌户型大典》</FONT>当面付款。让您真正放心购买<FONT color=red>中《中国地产金牌户型大典》</FONT>。</noBr></td></marquee>
```

### B: 首页>图书分类>书名

这个地方都要加上连接，并且图书分类最好具体到详细的分类，便于用户返回。书的介绍区黄色大字号现实书名直接用书名，例如：《中国地产金牌户型大典》，而不是“书名：中国地产金牌户型大典”。直接把这个关键词呈现给搜索引擎。

可以考虑加上书名号，因为很多客户搜索书名的时候也会带上《》，而且加上书名号对搜索不带书名号的书名没有影响。不带书名的结果会多很多，他们的排名还是有些许区别的。

C: 书图片可以加上 ALT 属性，描述直接就是书名，通过多种途径来说明这个关键词是很重要的内容。

内容中可以出现 1 到 2 次关键词，但是要很自然的融合进去，不能直接的堆积起来，这个很容易被搜索引擎认为是恶意的关键词堆积作弊。

底部的“未经许可不得复制：中国地产金牌户型大典”以及

“欢迎您对中国地产金牌户型大典发表评论，您所发表的对中国地产金牌户型大典的一切言论，仅代表您个人观点与本站无关。

您还可以购买本站中国地产金牌户型大典类似以下图书： ”

这个可以保留。但是最好是加色，或者加粗显示以强调。

D：书目介绍的部分，书名可以使用连接的形式，锚文本就是书名，这样也可以起到强调关键词的作用。

E:<title>中国地产金牌户型大典-2007 年 10 月-彩虹图书网</title>

不知道这个通过出版日期来的流量多不多，如果多的话可以保留，同时建议加上栏目的分类。

## 5：在线帮助

<http://www.115book.com/help.asp>

这个环节其实也很重要，这里面的

购物流程 付款方式 运输方式

商品销售和售后服务 常见问题 关于我们

注册条约 法律和版权声明 交易条款

最好不要完全一样，把每一个都写清楚，让顾客一目了然。

META 标签的书写类似如下：

<title>在线帮助-彩虹图书网-专业的管理培训,管理培训教材,管理培训图书网站</title>

<meta name="Description" cFONT-FAMILY: 宋体; mso-ascii-font-family: 'Times New Roman'; mso-hansi-font-family: 'Times New Roman' ">专业的管理培训,管理培训教材,管理培训图书网站,欢迎订购,电话: 010-87654321" />

<meta name="Keywords" cFONT-FAMILY: 宋体; mso-ascii-font-family: 'Times New Roman'; mso-hansi-font-family: 'Times New Roman' ">管理培训,管理培训教材,管理培训图书,智能培训" />

## 6：意见反馈。

<http://www.115book.com/from/index.asp>

这个地方顶部图片全部都不显示，这个对用户的体验存在很大的影响。

这个地方最好加上留言本，让客户可以留言，管理员可以回复，便于互动。

如果客户想订购站上没有的书，也可以及时的反馈上来。

除此之外，可以加上论坛进行互动，论坛可以让客户提供信息，一个随时更新的网站搜索引擎是很喜欢的，

谁都不喜欢一个站长期不更新。论坛可以聚集人气，可以让有效的留住访客，同时给大家建立一个交流的平台。



7: 外部连接和推广策略。

A: 与同行业网站交换友情连接，或者相关行业的。例如培训站，管理资讯站等等。这些需要积累。

B: 在行业门户性的网站上发布信息，带上网站连接。这些网站权重都比较高，可以利用一下他们的优势。

C: 在比较大的，人气比较高的网站上发布信息，但是不能直接 AD, 可以以介绍新书的形式发布，然后带上站的连接。

不易直接出现网址的地方，可以使用连接，

例如: `<a href="http://www.115book.com">彩虹图书网</a>`

或者直接以书名即关键词为锚文本，如:

`<a href="http://www.115book.com/Book29404">《中国地产金牌户型大典》</a>`

D: 如果 C 方法不奏效，可以在在大的论坛签名上加上这些连接，一般论坛上都会有这样的功能。可以加上网站的连接，想推新书的时候可以换成新书的连接。

E: 利用 BLOG, 现在各大 **门户和行业性的网站** 都有 BLOG, 可以申请一些，然后在上面发布一些书的文章，然后文章书名带上具体页面的连接地址。同时在友情连接上也可以挂上主站的连接，经常性的进行更新维护，一般 BLOG 的权重都比较高。

F: 利用软文推广，软文就是提供给大家一定信息，但是其目的就是用这些信息来推广自己的站，这样让大家来转载，转载的人多了，文章中提到的外链也会跟着多，外链对网站排名的影响还是很重要的。同时，软文的发布地址可以是小说站，书城论坛，读书频道等地方，这个部位的相关度很高，并且很多都是潜在访客。

如果能在本行业的网站中出现那就是最好了。如果这个优化的建议公布出去就是一篇很好的软文。百度“武汉 SEO”这个词，第三是我的 BLOG，

<http://hi.baidu.com/veryseo> 就是通过一篇软文上去的，BLOG 名并不叫“武汉 SEO”，但是里面还有内容，现在一直稳定在第三。前面两个是我 2 个朋友的。用的是顶级域名，站名就叫武汉 SEO。

E: 网址站登陆，现在有很多类似 hao123.com 的站，可以提交网站上去。虽然 hao123.com 现在收费了，但是还有很多免费的，比较有名的就是 gjj.cc, ttjj.com, admin5.net 等等。

F: 网站活动。在自己的论坛做一些活动，免费的小礼品什么的，然后发到各网站，赢得人气。如果论坛做起来之后可以在论坛里面考虑这个方案。例如，累计积分赠送特价书等等。

G: 还有很多。核心的宗旨即是：针对用户体验，提高搜索引擎友好度，留住访客，赢得订单。等多的信息可以访问：

<http://www.zixishi.net/forumdisplay.php?fid=7>

8: 后续监测：加上流量统计，最好是前台每个页面都加上便于分析流量来路及访客信息，以及关键词排名等信息，针对这些信息再来做调整，逐步完善。



以上是初步的优化建议，更多细节具体操作的时候进行实施。希望经过调整后有一个比较大的提升。

## SEO 案例二十六：企业网站 SEO 实战案例

最近碰到了很多新手问问鹤这个问题：为什么搜索引擎不来更新我的首页？我天天都有更新，添加一些新文章，这些新文章都被收录了，可首页却一直没有被更新。怎么让搜索引擎更新我的首页呢？

拿问鹤最近做的一个案例来跟大家说说

接了一个企业站，关键词是货架，仓储设备。可以去看看这个站。这个站中文版部分的程序不是太好，asp 的程序，代码比较乱，URL 无法改，没生成 html，网站结构基本也没法动。只有一个 html 的首页，所以，只有在首页上动刀。

做好首页 title，做好索引引导，做好关键词密度，做好相关链接等等相关优化以后，还在网站底部加了很多货架，仓储设备相关文章来充实内容。过了一个月，排名依然没有变化，site 后，Google 依然是原来的结果，并没有更新，做的优化就完全起不到作用。可是每天添加的文章都已经被收录啊。进 [Google](#) 管理员工具，更新首页的时间还是 5.20 号。看服务器日志，蜘蛛每天都来爬，每天都收录新添加的文章，可是就是不更新首页，这个问题引起了问鹤的思考。

再来观察这个网站，首页是一张大图，文章添加在图的下面，上面部分基本是很少变化的。会不会是这个原因呢？会不会是由于没有达到 GG 的更新比例或者说是蜘蛛重点爬的部分，也就是源代码靠上位置没有更新，就不被 GG 判定为首页更新呢？带着这个疑问，问鹤做了个实验，为了不影响页面的结构，在导航的右边添加了一个滚动条，加大文章的更新量，把新更新的文章都放入滚动条中，大家可以看看源代码。更新的文章代码处于源代码比较靠上的位置。目的就是为了让蜘蛛不要爬的太辛苦就能吃到大量更新的东西。然后开始等待结果。

过了一周，果然不出所料，site 结果更新了，描述变成了问鹤所希望的结果，再看 GG 管理员工具，首页更新日期再时隔 3 个月以后，也终于又更新了，变成了 8 月 1 日，事实证明问鹤的想法是正确的，于是继续添加文章，继续保持更新，由于蜘蛛每天都来爬，每天都看到新内容，所以定期的更新首页，优化的手段也慢慢起到了效果，又过了 2 个星期，排名终于上去了，货架已经到了第一页，仓储设备也在第 12 位，仓储设备估计下次 GG 更新就会上去了。

上面就是问鹤最近在操作一个企业关键词的全过程，很多新手在优化过程中很多也会有这样的问题，当然每个网站都有不同的情况。这个案例问鹤分享出来，希望能给大家带来一点思路，对大家有点帮助。

来看看问鹤的站，其实也有出于这方面的考虑，大家可以看看，现在 SEO 博客本来是放 SEO 新闻的，因为 SEO 新闻文章更新的频率不是很高，所以就加了一个 SEO 博客的栏目，目的就是为了让 html 内容的最顶部有比较频繁的更新来吸引蜘蛛，不至于蜘蛛到网站上，要爬的很辛苦，才能看到你新更新的内容。

只有让蜘蛛轻松了，它才会喜欢频繁的光顾你的站，不是么？

这就是很多网站，在最顶上喜欢放最新文章调用，论坛调用等栏目，应该也是出于这方面考虑。

最后再送给大家一点东西。

大家都知道，DIV 从[网站优化](#)的角度来说比 TD 要好很多？代码简洁是一个方面，其实还有一个很重要的方面就是 DIV 可以在不改变网站整体结构的情况下，改变某个 DIV 在 html 中的位置，这是个细节问题，其实很有用，有的 TD 网站，为了更新位置问题不得不牺牲网站的用户体验度，把一些并不是很重要的部分，比如论坛调用放到网站比较重要的位置，目的也是以论坛的大更新量来带动网站的更新，可是如果用 DIV 就不会存在这个问题，可以在前台显示到你想要的位置，然后在代码中再修改重新把 DIV 定位，前台优化用户体验度，代码优化搜索引擎，一举两得。呵呵。

SEO，细节你注意到了吗？

这是问鹤最近的一点心得体会，个人觉得的确挺有效果，也希望能给被更新问题困扰的 SEO 带来点思路，本篇文章也算是为这个企业网站写的一篇软文。如果大家觉得文章对自己有帮助的话，请保留文章中的链接，谢谢

## SEO 案例二十七：卫星电视安装类企业 SEO 案例

这是我刚刚做的一个客户，客户所要求的关键词竞争在[百度](#)为 55W，不算激烈，以下是具体 SEO 方案。

客户：北京市卫通科技有限公司 网址：<http://www.bjwtkj.cn>

### 1. 关键词选择：

北京卫星电视安装、卫星电视安装。之所以选择这两个词而没有选择“卫星电视”这样的相对热门词，主要原因是该公司目前业务范围仅为北京，所以没有必要去优化这个泛义词，另外通过对北京卫星电视安装、卫星电视安装的优化也会

带动“卫星电视”这个词的排名。文韬选择关键词的原则是转化率永远放在第一位。

## 2. 网页标签设定：

<title>

1) 北京卫星电视安装-北京最专业的卫电视安装公司之一

2) 北京卫星电视安装-卫星电视专业安装公司

<keywords>

北京卫星电视安装

<description>

北京卫星电视安装的核心代理商 是一家以家庭卫星电视安装为主，具有视听，宽带网络，多媒体技术兼备的公司。

<h1>本公司为北京卫星电视安装的核心代理商，是一家以家庭卫星电视安装为主，具有视听，宽带网络，多媒体技术兼备的公司。（放在首页 LOGO 右侧，为了保证美观，<h1>标签可用 CSS 来设定样式。）

## 3. 关键词布局：

3.1 将 LOGO 图片加入 ALT="北京卫星电视安装"

3.2 左侧文字

精品推荐套餐

豪华套餐(可单项选择, 适合有空间的人士)

推荐套餐

俄星套餐

正改版 122 天浪

韩星套餐

正版数码天空

正版香港有线

改为：

北京卫星电视安装套餐

精品推荐套餐

豪华套餐(可单项选择, 适合有空间的人士)

推荐套餐

俄星套餐

正改版 122 天浪

韩星套餐

正版数码天空

正版香港有线

尽量包含关键词

### 3.3 右侧文字介绍

北京市卫通科技有限公司，是北京卫星电视安装的核心代理商，公司成立于2005，位于北京市朝阳区天泽路218号，环境幽雅、交通便利、地理位置优越。本公司是一家以家庭卫星电视安装为主，具有视听，宽带网络，多媒体技术兼备的公司，会以多方位的视角，给您带来超前的服务。

我公司自成立以来，秉承“服务第一，诚信至上”的原则服务于广大客户，使企业蓬勃向上，有了稳定的发展。我们立足于北京卫星电视安装行业，愿与广大客户、同仁，建立互信共同发展。公司的今天有赖于广大客户鼎力支持，使我们不断进取，并与许多外籍人士，驻华机构，企业公司建立很好的合作关系。

公司长期提供卫星电视接收机，数码卡，艺华卡，华卫卡，香港有线套机共享盒以及相关设备，有线前端的构建和维护，有线网络的布控，小区有线网络节目的加入，宽带局域网组建，多媒体音响、视听布局等。

我公司竭诚为您提供质量最优，价格最廉的服务，愿与您携手共进，互利互惠，以求更辉煌的成绩。

——最后我们给想安装卫星电视的朋友一点忠告，及时和我们联系，对您的视听和环境房间布局会有意想不到收获。北京卫星电视安装，首选卫通科技！

## 4. 链接策略

### 4.1 链接形式

以“北京卫星电视安装”、“卫星电视安装”为链接文本进行链接操作

### 4.2 软文

#### 1) 专业稿：

准备至少三篇软文，例如：

在北京如何安装卫星电视、卫星电视是什么、如何选择适合自己的卫星电视等类型的软文，软文中要以“北京安装卫星电视”、“安装卫星电视”做内接、暗链，将软文发布在以IT产品为主的网站、论坛（最好选择转载率高的网站）。

#### 2) 搜索引擎诱导稿

为了加快搜索引擎的收录，快速增加导入链接，可将本优化策略以案例的形式发在ADMIN5、落伍等网站，这类网站流量大，搜索引擎更新频率高

### 4.3 网址站

加入排名 [Alexa](#) 10 万内网址站。

## 5. 搜索引擎登录

手动加入主流中文搜索引擎，可参照：[http://www.265.com/Sousuo\\_Yinqing/](http://www.265.com/Sousuo_Yinqing/)等

版权所有，转载请注明出处 网络营销软件站：<http://www.jiaohao365.com/>

## SEO 案例二十八：车视界网优化和推广建议

闲话休提，言归正传。下面仅从个人的角度对车视界给出几点建议。欢迎就此问题与边缘元素探讨。

车视界网基本情况：

域名：http://www.wzju.com/ 这个域名是个 4 位米，听灵莛兄的介绍，这个米本来是做温州家居网，后来因为种种原因没有做了。

这其中我们应该注意一个问题，就是网站的定位和米的运用要准，什么米做什么站，相信大家都知道这个的重要性。

历史：2006 年 1 月注册的域名，做了一年多的站了。

定位：车视频分享为主的个人站。

Google PR: 2

Sogou PR: 35

搜索引擎收录情况：

搜索引擎	收录情况	反向链接
百度	676	399
Google	779	1
搜狗	425	836
雅虎	546	1439
新浪	0	0
网易	648	1

以上数据来源于网络，仅供参考。这个米断断续续的做站，现在做车视频 20 多天，上来就打这么高的分，说明 SE 对咱印象还不错。接下来就得再接再厉了。

原始首页 HEAD 代码：

```
<title>车视界 - 汽车视频, 赛车视频, 汽车广告, 开车教学, 汽车改装, 车祸视频, 酷车视频, 汽车试驾, 车站录像, 车视界 </title>
<meta name=keywords c>
<meta name="de***ion" c>
```

点评：TITLE 不能太长，这个地方要简明扼要，最好在 28 个字以内。虽然现在 SE 对 TITLE 得权重明显增加，但是过度的优化会被认为是 ZB 的。比如车视界这个词没有必要重复两次。最好的优化应该是优化于无形的，比如“SEO”这个词，



在点石的 title 和其他属性重根本没有出现。keywords 中应该体现出网站的核心关键词。这个可以通过网站统计和其他的信息来分析。

#### 内容页<title>代码：

<title>深圳汽车漂移大赛 - 汽车视频, 赛车视频, 汽车广告, 开车教学, 汽车改装, 车祸视频, 酷车视频, 汽车试驾, 车站录像, 车视界 </title>

点评：可以参考下大的视频类站进行优化，建议采用以下类似代码：

<title>深圳汽车漂移大赛 - 汽车大赛视频-车视界汽车视频分享第一门户  
</title>

#### 栏目页<title>代码：

<title>赛车时代 - 汽车视频, 赛车视频, 汽车广告, 开车教学, 汽车改装, 车祸视频, 酷车视频, 汽车试驾, 车站录像, 车视界 </title>

点评：参考内容页优化。

#### 关键词情况：

首页突出网站的主关键词，密度设置在 3%到 7%之间，首页和栏目页以及内容页的关键词与描述不能完全一样，突出栏目的核心。

内容页参考上面的 title 优化。

#### 网站程序情况：

目前网站使用的是 asp+ACC 系统，核心为新云 CMS。这个程序能生成 HTML，SEO 做的也不错。功能比较强大，网站风格和模版做了比较大的修改。网站现在的互动性有待加强，目前好象也开通了 QQ 群，论坛，BLOG 等互动元素可以考虑加入。但是，对于兼职做站的个人站长来说，受到很多因素的制约，同时也可以考虑在网站人气上升到一定的程度的时候再用主站带动论坛发展也是个不错的方式。常见的推广手段进行推广，另外利用网站活动进行宣传以及口碑营销。

还有个推广的小技巧：注意结合当前的热点问题来进行[网站的优化和推广](#)，比如现在的快乐男生，比如刚刚过去的高考，马上到来的四六级考试等等。制作各种专题，开展各种活动都是拉流量不错的方法。

## SEO 案例二十九：张家界旅游网的 SEO 案例

网站目的：介绍张家界本地情况；提供张家界旅游服务，如：线路预订、宾馆预订等。

主要关键字：张家界旅游、张家界宾馆、张家界酒店等与张家界相关的内容

做的 SEO 修改：

1. 设置关键字。
2. 设置描述。
3. 网站 TITLE 倒序显示。
4. XHTML CSS 构架的网页，相对于 TABLE 结构的网站多余 HTML 代码本来就很少，而且我在制作时也注意了这点，尽量减少了多余 HTML 代码。
5. HTML 元素的优化，增加了关键字加、 包围等。
6. 网站全部是静态页面，有良好的导航，增加了页面与页面之间互通链接。
7. 内容显示页面，以内容的标题作为 TITLE，并且，内容的标题包含在关键字、描述里。内容的标题用了包围。这样一来网站里的每个网页的 TITLE、关键字、描述都是不同的，但都包含了主要关键字。
8. 给所有链接加上了 Title 描述文字，给所有图片加上了 ALT 描述文字。
9. 一些指向重要页面的链接都加上了包围。有些为了好看重新设置了的显示样式，不让他显示加粗。但搜索引擎应该还是认为他是重要的吧。
10. 生成网站地图。分为：HTML 版和 XML 版，HTML 版的网站图在每个页面的最上边和最下边都有链接可以进入，XML 版的网站地图是提供给 Google 的。
11. 做了大量的友情链接，因为本站点还可以算是新站，所以链接质量不怎么样，但 PR 值都是  $\geq 3$  的。

就总结以上几点：

目前在搜索引擎里的排名情况：

用关键字：张家界旅游；张家界旅游网

Baidu 10 页以内两个关键词都没有

Google 10 页以内两个关键词都没有

Live.com 张家界旅游 1 页 5 条 张家界旅游网 1 页 1 条 （PS：有时刷新排名又变，但都在第一页内）

Sogou 前 3 页能找到

Yahoo 前 3 页能找到

编者注：此[网站站长](#)刚刚完成这个站，最终优化效果还有待时间来证明，请勿直接运用次方法优化。

## SEO 案例三十：Google "SEO"排名第一的网站的 SEO 分析

### 1 网站简介

这是中国国内 SEO 第一人王通先生的一个站，站名：SEO 培训网，网址：[www.seo.net.cn](http://www.seo.net.cn)。主机的 IP:61.164.49.201, 主机的具体位置是：浙江省杭州市电信。

Google 搜索“SEO”，该网站排名第一；百度直接将该站拔毛（据说是个人恩怨）

### 2 SEO 分析

#### 2.1 META











<TITLE>SEO 赚钱培训 - 王通</TITLE>

<meta name="keywords" content="SEO 培训，SEO 教程，搜索引擎优化，搜索引擎排名">

<meta name="description" content="中国 SEO 第一人王通先生亲自为你进行 SEO 培训和利用 SEO 赚钱的培训，保证学会 SEO，保证赚钱，系统的培训加后续的 SEO 赚钱合作项目，让你和我们一起发展。咨询电话：010-82865151">

#### 2.2 搜索引擎收录与反链

<http://indexed.webmasterhome.cn/?domain=www.seo.net.cn> - 收藏快速查询地址

Results for: <a href="http://www.seo.net.cn">www.seo.net.cn</a> - 历史信息 - 更多查询					
	PageRank: 		Sogou Rank: 		Alexa Rank: <b>479441</b>
搜索引擎					
收录情况		<a href="#">37</a>	<a href="#">64</a>		<a href="#">33</a>
反向链接	<a href="#">21800</a>	<a href="#">360</a>	<a href="#">9527</a>		<a href="#">360</a>

#### 2.3 网页大小

20734 Bytes，符合标准。

#### 2.4 关键词密度分析

关键词 seo 的密度为 7%，关键词密度适中。

#### 2.5 网页主体信息分析

网页中未出现<h1></h1>标签，所有图片未添加 alt 注释，网站全部采用纯静态页面。

#### 2.6 Pr=4

## 2.7 推广

该站在 Google adwords 做 seo 赚钱培训的推广

## 3 总结

作为 SEO 圈里的人来说，将”SEO“作到搜索引擎的第一位，是实力的体现，说别的都是废话。不服气？你也把你的 seo 站作到 Google 排名第一啊！

我认为，关键点有三，一是域名优势与权重高（[www.seo.net.cn](http://www.seo.net.cn)），二是王通有一些相关性很高的网站群，权重高，倒给 [www.seo.net.cn](http://www.seo.net.cn) 的高质量的外链，三是，王通很多 seo 原创文章被大量引用转载，带来大量质量不错的外链

说实在的，除了以上三点，我看不出有特别的道道，这就是功夫！

## SEO 案例三十一:中国保健品网 SEO 案例分析

今天我们要分析的是”保健品”的百度排名。在百度”保健品”搜索首页，十个全是百度竞价。第二页第一个，也就是自然排名第一的才是我们今天要分析的。

中国保健品网 PR 值 3，百度收录 178,000，反向链接 127。可以说除了收录数目比较多以外，并没有很突出的数据，那它究竟是怎样排到第一的？

先看下网站首页标题

```
<title>中国保健品网>>保健资讯|健康课堂|保健品团购|保健食品|健康杂志</title>
<meta http-equiv="Content-Language" content="utf-8" />
<meta name="keywords" content="" />
<meta name="description" content="中国保健品网以"传播健康，造福民众"为宗旨，打造一流的保健品招商、保健品代理服务并提供网上保健品团购、保健品批发及保健品零售等多种销售方式；同时归纳总结了大量的健康科普知识、及时准确的行业资讯，并设有保健食品、保健礼品、美容美体、老年及成人用品、妇婴儿童用品、保健器械、电视购物等众多频道，是中国保健行业最大的电子商务平台。" />
并没有写上 keyword。
```

外部链接 127，查了一下，反向链接一部分是软文带来的，还有一部分是百度知道，百度贴吧，还包括一些 BBS 和博客，总体来说质量也不是很好。

域名，chinabj，对于保健品的加分也不是很多的。其实从我个人经验来说，域名对英文网页的影响比较大一点，如果是中文网页的话权重肯定要降下来。当然域名还有另外一种解释，最近中文域名的一元风暴，导致垃圾.cn 的域名相对比较难收录。

H1 H2 字号标题，没有看见。

文章首句，并没有出现”保健品”，末句同样如此没有出现”保健品”。关键词”保健品”的密度也是非常的低，还不到 2%。

路径和文件名也没有做出给它加分的行为，仅仅用数字表示，其实是很不合理的。唯一可去的都是静态页面。

ALT，首页的图片都没有加上任何的 ALT。对于一些关键字也没有加粗斜体。

但就是这样的—一个网站，在百度里面确实是排第一的，看看下面的，是 sohu, sina 等大网站的健康频道，显然它是占了域名的便宜，一级域名总比二级域名占点便宜。

但这个网站有一点还是做的比较好的，对于蜘蛛喜欢的左上角，安排了一些目标客户会用到的词语，便于抓取，比如 补充钙质 降血脂 润肠通便 补血养血 降血压 促进排铅等等一些词语。

分析完以后了，我们也可以初步了解保健品行业是一个怎样一个行业了，这是一个充满竞争而又暴利的行业，大家都愿意出钱做竞价就能说明这一点，但同时，在这个行业在网络方面的推广特别是搜索引擎这一块做的还不够好。其实各位如果有兴趣的话，完全可以去做一个保健品网，利用学到的 SEO 技术，努力的做一些原创性的文章，再也几篇软文发发，相信用不了多久，就能排到前列了。

## SEO 案例三十二:碧澄健康中心 SEO 案例分析

这是一篇关于 [SEO 实站案例](#) 分析的文章，现推荐给各位朋友：

广州市碧澄健康中心网所使用 web 2.0 CMS 是一个专门为搜索引擎优化而度身订造的，所以里面有许多 SEO 元素和对结构的优化。

### 一、企业目标分析

碧澄健康中心以沐足服务为中心，其目标：成为广州最好的沐足和按摩中心之一。

### 二、网站目标人群

[风采依扬](#) 认为目标人高级白领或企业商务人员，对网络的依赖想查询沐足方面的资料，或是想去沐足但是不知去那一间所以利用网络查询一下结果再做决定。

### 三、关键词分析

主要关键词：沐足、广州沐足、沐足休闲中心、广州沐足休闲中心  
为什么要用这些关键词为主关键词呢？

因为碧澄沐足是在广州，所以关键词要针对广州用户的需要，以地方性关键词为主关键词。在怎么短的时间之内“沐足”“广州沐足”在百度和 Google 上排名不错，[风采依扬](#) 认为原因之一：是因为这些词不是很热门关键词。

长尾关键词：沐足用品、保健按摩、推拿.....

用长尾关键词从而可以带来一定的流量，创建口碑。

建议改为：

<title>广州沐足 广州保健 按摩 休闲中心-广州市碧澄健康中心</title>

<meta name="description" content="碧澄健康中心介绍分别位于广州市天河区、越秀区的繁华地段，是集沐足、中医保健、休闲等多种服务项目为一体的大型休闲场所，中心规模宏大，越秀总店及天河分店占地面积均为 1500 平方米左



右。碧澄的理疗员队伍均经过严格训练，每个理疗员在上岗前全部经过 500 个课时的专业技能培训，上岗后按中心的再培训计划将再接受每年不少于 150 个课时的技能培训。

">

<meta name="keywords" content="沐足, 广州沐足, 沐足休闲中心, 广州沐足休闲中心">

#### 四、网站内部分析

缺点：

1、bchealth.cn 是商脉通自助站生成的，发现 bchealth.anyp.net 与 bchealth.cn 内容一样，导致站与站之间的内容重复相似度 100%。

2、<http://bchealth.cn> 一级域名打不开，建议用 301 转向。

3、企业网站+博客，这本是好事，不过博客的导航栏的可以无限的添加，当你在浏览首页的时候点击到个人博客的首页（<http://www.bchealth.cn/uwlp2006>）时发现导航栏大动作的变化时，从用户体验方面这设计有点失败，建议从用户体验的角度考虑，对博客的好导航栏固定好。

4、该站是用 ASP.net 开发生成静态页面的网站，建议用 htm/伪静态页面（.shtml）。如：将 bchealth.cn/c134.aspx 改为 bchealth.cn/c134.shtml。

5、建议重新修改一下自定义错误 404 页面，

如：<http://www.bchealth.cn/uwlp2006.txt>

该站是使用 web 2.0 CMS 是一个专门为搜索引擎优化而度身订造的，是张静君领导开发的自助建站（互联网元老级人物），在他的站下找出不行的地方，真是在鸡蛋里挑骨头，很值得去研究的。

优点：

1、企业网站+博客（和 RSS 组合），内容更新快，搜索引擎特别喜欢这点。

2、bchealth.cn 在 google 和 baidu 上排名比较高。

google 上“沐足”排名第十位，“广州沐足”排名第八位

百度上“沐足”排名第五位，“广州沐足”排名第一位

3、每页的 title、description、keywords 都控制的很好！

3、web 2.0 CMS 各方面都很完善，包含了很多必要的 SEO 元素，给初学者研究这站一定可以获得很大的收获！

#### 五、外部链接分析

bchealth.cn 反向链接共有 165,000 项（用 yahoo 查询出的结果），即使它拥有几千以上的链接，但链接质量都属于中下水平，反向链接的质量不高。

1、这些链接来自商脉通的就有上千条链接(anyp.cn 再继为其它企业加链接的话可能被搜索引擎惩罚)，除了来自商脉链接还有些是博客上(也就是软文宣传！)。

2、没有跟行内网站交换友情链接，现在很多企业都不想共同进步怕同行竞争所以不互相交换链接，属于正常驻机构。如果他们打破这个观点，那行同行的链接对于 SEO 是有极大的帮助，从而增加了高质量的反向链接，另一方面提高在沐足这行内的权重。

建议：寻找行内网站交换链接，就算是内页链接也可以(如：与 mooooz.com 交换友情链接)，和行内相互链接好过你去博客宣传几百倍。

#### 六、品牌推广

[风采依扬](#)认为碧澄健康中心以“广州沐足”关键词在各大搜索引擎拥

有很好的排名，可以巩固碧澄健康中心在广州沐谷的地位，从透过搜索引擎来推广品牌-让人一来广州旅游想去沐足，就会想到去碧澄健康中心”。这才是最高的境界，哈哈，扯远了。。

## SEO 案例三十三：看看这个站如何一个月做到 PR=5，案例分析

今天我给大家分享的这个站确实是一个月做到了 PR=5，大家也许不相信，包括我第一次听到就不相信。也许你会说他的域名是别人做到了 PR=5 再买过来的，或者说他在内容上有什么重大突破，他的内容非常多吗？

首先，我给大家证明雅蛙（[www.yaawa.com](http://www.yaawa.com)）这个站的域名确实不是从别人那里买来的，而且确实是一个月的时间做到 PR=5 的。

上面这张图片是从中国万网的域名信息中查到的，可以从图片中看到 域名注册于 2007 年 11 月 28 日，是在新网注册的。

上面这张图片是在中国站长站查询 PR 后切取的。PR=5 这个是确实的。通过上面图片的证明，我想大家再也不会对网站一个月 PR 达到 5 有怀疑了吧？那么这个站又是如何一个月达到 5 的呢？我想这是大家最关系的问题，那么下面我们开始分析吧？

说实话我对网站优化 seo 啊，还是懂的不多，只能从我个人所知道的去分析。

我查了这个站的百度搜录情况，本站 site: [www.yaawa.com](http://www.yaawa.com) 只收录了一条，那就是雅蛙站的首页。大家仔细查看这个站会发现，他不是自己创造内容的而是通过 rss 聚合互联网站的内容的。因此搜索引擎搜录它就只搜录了一条，因为它根本就没有原创内容。

大家去查这个网站的反向连接会惊人的发现：

在百度搜“雅蛙”，出现“找到相关网页约 25,800 篇，用时 0.001 秒”

在 google 搜“雅蛙”，出现“约有 656,000 项符合雅蛙的查询结果”

在两个搜索引擎上有这么大的反向连接数是该网站在一个月 PR=5 的决定性因素。那么它为什么会在短短是间内取得这么大的反向连接数量呢？

1. 网站定位：该网站取名为“雅蛙”在这之前整个互联网可以说是空白，相关搜索都很少。名字独特新颖。网站定位于 web3.0，是一个新兴的概念，至少在国内来说。大家一直都听说了 web3.0，但具体是什么，如何表现的，都特别模糊，雅蛙的网站一推出无疑会引起整合互联网的震动，毕竟人人都有好奇心嘛，对不对？因此从定位来说雅蛙是赢了。

2. 网站宣传：PR=5，能在一个月取得这个成绩，跟他的新闻宣传是分不开的。我对收录的文章大概做了下归纳，转载量最高的无非是：谷歌步雅蛙后尘，也做 Widget；“雅蛙贺新年邀请注册送大奖”活动启动；雅蛙与\*\*\*达成战略合作；；雅蛙：站长必用的网站推广工具 等文章。关注度最大的就这 3 篇文章，第一篇，谷歌步雅蛙后尘这篇名字起的特别好，从心理学的角度叫做光环效应，借助谷歌的光环来推雅蛙。我看了文章内容不是怎么样，严重的广告贴，可是效果是最好的，名字起的相当好，所以转载率也是极高的。第二篇，雅蛙邀请注册送大奖，这个帖子没有什么新奇的，可以说是互联网人经常搞的手段，但是效果永远是有的，人的那点占便宜的思想大家好好利于下，效果可是相当明显的哦。因为这个活动，呵呵，好多站长啊，个人啊全部用自己的网站来宣

传，邀请大家去注册。呵呵。第三篇帖子，雅蛙与\*\*\*达成战略合作，这个也是借助大战知名度来提高自己的知名度了。存新闻的帖子，但是总会吸引别人去看看到底是个什么站。其它的文章这里就不过细分析了，大家可以去关注下。

3. 与著名站做友情连接：这条大家都知道，但是雅蛙确做的很好，表现也很优秀。跟站长网、265、四川在线、新网、donews、phpcms 等等著名大战都是做了友情连接的。而且这些大战给雅蛙的推荐作用也是非同小可的。

好了，我大概就分析这么多吧！希望大家有资源的就尽快利用，毕竟大家都是互相帮助的哦！一个在互联网混的时间长的人我想这方面的资源都是相当丰富的。大家结合自己的情况，借鉴别人的方法把自己的网站也好好推广下。呵呵！

## SEO 案例三十四：百度排名 NO.1 是怎样 SEO 成功的？

百度排名 NO.1 在 SEO (Search Engine Optimization) 中其实也不算什么，此处笔者仅仅是为了通过百度排名第一位来说明 SEO 的相对通用的方法。当搜索引擎优化从一个鲜为人知的词语，成为名扬网络推广界的频繁用词的时候，百度排名（此处指的是左侧优化排名，不是付费竞价排名那种）相比 Google 排名似乎被冷落了，当诸多 SEOer 热衷于 Google 排名的时候，笔者对百度搜索却不敢忽略。之所以如此认为，是因为我在实践中发现百度有优于 Google 的方面，百度排名也有优于 Google 排名的方面，通过优化设计，百度搜索能够为我们更快的带来滚滚流量。我站在前人的肩膀上学习前人的经验和技巧，通过探索和实验，逐步也掌握了 SEO 技术的一些皮毛知识，从而试图通过这些文字的表述与大家共同交流百度排名以及 SEO 排名的技巧。

笔者注册了一个英文域名 `jiqi.net` 用于展示实验案例，首先将域名设置为直接跳转（这对 Google 来说不太认可，因此本文不讨论其相应于 Google 排名的问题）指向电子商务观察 `business800.com` 的某个子目录下的页面 `jiqi.html`（文件名优化设计）。接下来说说页面的设计，我选择的关键词是“机器配件”，围绕机器配件进行的关键词组合设计有，机器配



件制造，机器零配件批发，企业机器配件等。页面的文字安排及其简单，穿插的文字强调了机器配件与机械行业的相关性（淡化 SEO 的痕迹，增加可信度，控制关键词密度）。页面共有四个引出链接，其中有两个是关键词“机器配件”的百度搜索结果（引出链接的相关性，搜索结果也是对该页的直接证明）。

网页设计完毕后，我做的事情就是采用推广策略。首先，我在电子商务观察 business800.com 和中国好广告网 haoAD.com 的首页上加了 jiqi.net 的链接（增加有人气的引入链接），其次，我向百度提交 jiqi.net 网站。我没有再采用其它的推广策略，大概过了 3 天，百度索引了该网站，在关键词“机器配件”的搜索结果中 jiqi.net 排在第 3 位。大约一周半之后，关键词“机器配件”的百度搜索结果中 jiqi.net 就排到了 NO.1 的位置。

现在笔者需要对此次百度排名 SEO 成功的案例做补充说明，关键词“机器配件”的使用率不是非常高，排名竞争较小，因此容易取得好的排名效果。从某种意义上来说，不是所有的关键词都适合做 SEO 排名的。当然，另外一方面来说，关键词优化还需要考虑“有效关键词”的问题，无效的关键词对访问者来说却是一种误导，有效的关键词能够给企业带来有效的访问者（达成线上生意订单），因此关键词的使用率高低并不是 SEO 的最应该重视的，而应该是重视 SEO 排名与企业的业务、网站的产品结合在一起。

在这里我顺便提一个问题，希望能够有幸得到行家的指点。在百度搜索关键词“电子商务论文”的结果中，电子商务观察 business800.com 排在第一位，而实际上我并没有针对该关键词进行专门的优化，且页面中包含该关键词的次数也不多。我没有仔细研究这个问题，初步的判断是外部链接和旧版内容的影响，希望对这个问题有研究的朋友给我一个准确的分析。

最后要说明的有两点：其一，百度排名 NO.1 其实也不算什么，因为有很多 SEOer 做的更好；其二，对于 SEO，我的主张就是适度即可，我非常反感那种为了排名而排名的 SEO 行为，尤其那种超级作弊行为，已经超出了正常的优化范围，完全的自欺欺人，明眼人一看就觉得非常好笑。简而言之，我认为对于电子商务网站建设和网站推广来说，百度排名也好，SEO 也好，这些都只能作为推广的辅助手段，其实做好网站的内容和服务才是根本。有一点需要我们大家都记住，SEO 可以为你带来流量，但不一定是客户，更进一步来说，SEO 也许可以为你带来客户，但不一定是长久的客户。能否留住客户，那是体现和检验我们是否以用户为中心的最好方法。

## SEO 案例三十五：电力产品营销网的 SEO 分析及整改措施

前言:其实这篇文章很早就写了,但一直不敢发到网上,怕给人笑。帮助过很多菜鸟解决一些简单的 SEO 问题,不少人都以为我是高手,不是高手敢建 SEO 网站吗?事实上自己的水平如何自己知道。我自己是学文科的,中山大学行政管理专业,虽然对网络很感兴趣,但涉及到一些技术性比较强的就没法解决了。知道 SEO 这个词也有十个月了,期间看了不少文章,也帮不少朋友分析过网站,但真正去帮一个站做优化,这是第一个。在做完以下的这些优化后,其实还存在很多问题,但由于各方面的原因,没法再继续优化下去,不管成功还是失败,放上来跟大家交流,至少多个案例(也不能说失败,至少现在百度搜索“电力产品”这个站已排到第一页^\_^)



中国电力产品行销网 <http://www.chinesepower.net> 是中山大学管理学院周彦平博士所创办的深圳彦博电力科技有限公司旗下的一家电力资讯网站，网站建立于 06 年 10 月，经过近三个月的积累，网站内容已经非常丰富，但流量一直上不去。受周博士邀请，SEO 资料站 <http://www.chinaseo.org.cn> 站长丘仕达于 1 月 23 日前往公司为其进行网站分析及优化。该网站用的系统是在一个很老的新闻发布系统基础上开发出来的，页面均为静态生成，管理和维护均非常不方便，稍作改动就需要重新生成所有页面，功能也非常少，基本的站内搜索及文章评论功能都没有，互动性低。目前流量主要来自一些客户的手动输入，几乎没有搜索引擎来的流量。

从 SEO 角度来看，该网站主要存在以下问题：

- 一．网站各栏目标题全部一样，全为“中国电力产品行销网”，极不利于搜索引擎排名。
- 二．整站并没有网站地图，导致搜索引擎收录的页面均比较少。
- 三．网站顶部是一个 FLASH，并且有一排移动的外部链接，指向国家电力资讯网之类的网站。事实上这些网站并不知道电力行销网做了他们的链接。
- 四．网站共有二十四个二级栏目，但二级栏目页面的文件名为 NEWS1.ASP, NEWS2.ASP 这样的文件名，并无多大意义，不利于排名。
- 五．页面 HEAD 代码里均没有页面描述及关键词，仅有一个 TITLE，而且很多页面的 TITLE 完全一样。
- 六．网站没有使用统计工具，无法了解网站的流量，来路及相关情况。

除以上问题外，还存在一些小问题，在此不再列举。针对以上问题，进行以下整改：

- 一．将网站名称改名为“中国电力商贸网”（虽然“电力行销”关键词在三大搜索引擎都有个较好排位，但这个词少人搜索，即使排到第一位意义也不大，因此建议改名，同时建一个“电力行销”的二级栏目，用该栏目做“电力行销”这个词，保住原有优势），其他二级页面也针对各自内容整合相关关键词。
- 二．制作网站地图，并于首页右上角加入网站地图及链接，同时建立一个面向用户的网站导航，提高用户感受。
- 三．将顶部 FLASH 下面的移动外部链接删除，改成本网站的网站描述。
- 四．网站底部放置 51.LA 统计代码，方便了解网站详细流量情况。
- 五．对网站的二十四个栏目标题及关键词重新设计，结合相关词语在百度、GG、雅虎的搜索情况，制定关键词，每个栏目的文件名也以汉字拼音形式，例如电力产品栏目的文件名即为 dianlichanpin.html。下面将修改后的二十四个栏目的标题、关键词列出来供大家交流：

首页：

标题：中国电力商贸网-电力产品(设备)供求、招标，电力人才招聘信息

关键词：电力产品, 电力营销

页面描述：中国电力商贸网致力打造一个使客户、会员企业在线进行业务交易的电子商务平台。网站开辟有电力新闻、电力产品、供求信息、招标投标、产品代理、高新产品、电力物流、节能环保、电力人才、电力知识、电力招聘、电力政策法规、电力行销论坛、会员中心等 20 多个模块。

## 1、电力新闻

文件名：dianlinews.html

标题：电力新闻|中国电力新闻|国家电力信息最新资讯网

关键词：国家电力, 电力新闻, 电力信息,

页面描述：电力新闻频道，聚焦国内外最新的电力新闻资讯，锁定国家电力信息。

## 2、电力企业

文件名：dianliqiye.html

标题：电力企业公司|发电企业|供电企业|电力设备供应企业信息网

关键词：电力企业,电力供应,电力公司

页面描述：电力企业名册，发布各类发电企业、供电企业、电力设备供应企业信息。

### 3、高新科技

文件名:dianlikeji.html

标题：电力高新科技|最新电力技术|电力科技信息网

关键词：电力科技,电力信息,电力技术

页面描述：电力科技频道，发布电力高新科技信息、电力技术研讨等前沿文章。

### 4、供应信息

文件名：dianligongying.html

标题：电力供应|电力物资设备供应|电力供应与使用|电力物资供应公司信息网

关键词：电力设备供应,电力物资供应,电力供应

页面描述：电力供应频道，提供免费电力物资、设备供应发布服务。

### 5、招标代理

文件名：zhaobiaodaili.html

标题：电力招标代理|中国电力采购|电力招标机构信息网

关键词：电力招标,电力代理,电力采购

页面描述：电力招标代理，发布最新的电力招标代理、电力招标机构信息。

### 6、电力物流

文件名：dianliwuliu.html

标题：电力物流|电力物流信息|中国电力物流信息网

关键词：电力物流,物流信息

页面描述：电力物流，提供电力物流知识，发布最新的电力物流信息。

### 7、研究机构

文件名：yanjiujigou.html

标题：电力研究机构|电力科学研究院

关键词：电力研究机构,电力科学研究院

页面描述：电力研究机构，国内顶尖科学研究机构介绍。

### 8、电力知识

文件名:dianlizhishi.html

标题：电力知识|电力系统、电力生产、电力安全、电力基础知识

关键词：电力知识,电力基础,电力系统

页面描述：电力知识频道，提供各类电力基础、电力安全、电力系统、电力生产、电力论文方面的知识。

### 9、电力人才

文件名：dianlirencai.html

标题：电力人才|电力人才招聘|电力人才招聘信息网

关键词：电力人才,电力招聘

页面描述：电力人才网，免费发布电力人才、电力招聘会等信息。

### 10、展会信息

文件名：dianlizhanhui.html

标题：电力展会信息|电力电工展会信息

关键词：电力展会,电力电工展会

页面描述：电力展会信息网，发布最新的电力展会、电力电工展会等展会信息。

### 11、网上展厅

文件名: dianlizhanting.html

标题: 电力网上展厅|电力企业展厅|电力产品展厅信息网

关键词: 电力展厅,电力产品

页面描述: 电力展厅, 推荐最好的电力企业及电力产品信息。

### 12、电力营销

文件名: dianliyingxiao.html

标题: 电力营销|电力市场营销|电力行销网

关键词: 电力营销,电力行销

页面描述: 电力营销频道, 提供电力营销、电力市场营销管理、电力行销方面的精品资料。

### 13、国际电力

文件名: guojidianli.html

标题: 国际电力|国际电力信息|国际电力新闻资讯网

关键词: 国际电力,国际电力信息

页面描述: 国际电力频道, 提供最新的国际电力信息及新闻资讯。

### 14、电力产品

文件名: dianlichanpin.html

标题: 电力产品|电力最新产品|电力节电节能产品|电力载波产品

关键词: 电力产品,节能产品,节电产品

页面描述: 电力产品网, 提供最新的节电、节能、环保、载波等各类新型电力产品发布。

### 15、节能环保

文件名: dianlijieneng.html

标题: 电力节能环保|电力节能技术|电力节能产品信息网

关键词: 电力节能,电力环保,节能环保

页面描述: 电力节能环保频道, 提供最新电力节能技术、节能产品、环保产品的信息发布。

### 16、需求信息

文件名: dianlixueqiu.html

标题: 电力需求|电力设备需求|电力需求预测信息网

关键词: 电力需求,电力设备需求

页面描述: 电力需求信息, 免费发布电力设备需求信息, 并提供电力需求预测信息。

### 17、产品代理

文件名: dianlidaili.html

标题: 电力产品代理|电力设备代理|电力节电节能环保产品代理

关键词: 电力产品代理,电力设备代理

页面描述: 电力产品代理网, 提供电力产品、电力设备、电力节能环保产品代理信息发布服务。

### 18、推荐产品

文件名: dianlituijian.html

标题: 电力产品推荐|电力最新产品推荐|电力节电节能环保产品推荐

关键字: 电力产品推荐,电力最新产品

页面描述: 电力产品推荐, 最新最好的电力产品, 如电力节电产品、电力节能产品、电力环保产品的介绍。

### 19、战略伙伴

文件名: dianlizhanlie.html

标题：电力战略合作伙伴|电力合作

关键词：电力战略,电力合作

页面描述：中国电力产品营销网战略合作伙伴信息。

## 20、政策法规

文件名:dianlizhengce.html

标题：电力政策|电力法律|电力法规|电力行业政策

关键词：电力政策,电力法规,电力法律

页面描述：提供电力政策、电力法律法规、电力行业政策方面的信息。

## 21、电力招聘

文件名: dianlizhaopin.html

标题：电力招聘网|电力人才招聘|电力公司招聘信息

关键词：电力招聘,电力人才,电力公司

页面描述：发布最新的电力招聘、电力公司招聘、电力人才招聘信息。

## 22、电力论坛

文件名:dianlibbs.html

标题：电力论坛|电力技术论坛|电力系统论坛|和谐电力论坛

关键词：电力论坛,电力技术论坛

页面描述：电力论坛，电力技术、电力系统研讨、交流的网上平台。

## 23、会员中心

文件名:dianlihuiyuan.html

标题：中国电力产品营销网会员中心

关键词：会员中心

页面描述：中国电力产品营销网会员中心。

效果:网站整改完已接近春节,春节期间该站基本没有更新,这一点非常可惜,如果保持更新效果应该会更好.但初步的效果已慢慢出来了,百度搜索"电力产品" 已排在第一页,其他相关词的排位也有较好的提升."电力商贸"三大搜索引擎均排在第一位(这个没什么难度,但作用不容忽视)."电力行销"这个词并没有因为网站改版就降了下去,依然排在三大搜索引擎的第一位,

## SEO 案例三十六：SEO 实例分析-“上海 SEO”一个页面搞定

今天来用一个案例，说明一下网页制作中如何 SEO，这里以细节为主，大道理就省了。

目的：利用一个页面，抢夺关键词“[上海 SEO](#)”“[上海 SEO 服务](#)”

案例页面：<http://www.seo021.cn>

关键词：上海 SEO，上海 SEO 服务

目前排名情况：百度方面不太好，Google 都在首页。

下面就 seo021 这个单独的页面，和大家分享一下我的 SEO 操作方式：

- 域名的选择：

之所以选择文字+数字的模式，主要考虑到搜索引擎对这种域名更容易理解，一定能一下就把文字和数字的意思分开理解，相对 seoshanghai.cn 要好些。021 是上海的区号，SE0021 很容易理解成“SEO 上海”，也比较容易记住。“SEO 上海”这个词 GG 排第二。

- HEAD 部分

<TITLE>上海 SEO 搜索引擎营销顾问服务</TITLE>

上海 SEO 后面加了个空格，我认为这样分割，搜索引擎都更容易理解，而且符合人们的思维逻辑习惯。

meta 部分特意没加 keyword 和 description，理由是不希望过度优化，所以放弃了这 2 项。

- H 标签使用

<BODY>

<DIV id=headerImg><BR>

<h1>上海 SEO——上海搜索引擎优化顾问服务</h1><BR>

<h2>降低竞价费用                      提高自然排名</h2></DIV>

<DIV id=content>

<DIV id=main>

<h3>上海 SEO              搜索引擎营销顾问服务 (SEM 顾问)</h3>

整个页面中 H1、H2、H3 各出现一次，并且紧跟在 Body 后面，蜘蛛读到这里，基本就明白本页面的意思了。

- 导出链接方面：

推荐网站

<P><A href="http://www.online.sh.cn" target=\_blank>上海热线</A></P>

<P><A href="http://www.dunsh.org/" target=\_blank>点石论坛</A></P>

<P><A href="http://www.shanghai.gov.cn/">中国上海</A></P>

<P><A href="http://www.seo.org.cn" target=\_blank>SEO 协会</A></P>

<P><A href="http://www.seotest.cn/shanghai/">上海 SEO</A></P></DIV>

首先我用“**推荐网站**”，而不是“友情链接”，搜索引擎明白这 2 个词的意思。

“上海热线、中国上海”这 2 个都是搜索“上海”排名靠前的。

“SEO 协会、点石论坛”是搜索“SEO”靠前的。

“上海 SEO”这个链接作为辅助。

有这样几个导出链接，搜索引擎也知道咱这页面和他们有共同点。

- 内容编辑方面：



<H3>上海 SEO 搜索引擎营销顾问服务 (SEM 顾问)</H3>

<P>服务地区：上海市</P>

<P>服务形式：企业顾问制</P>

<P>服务项目： </P>

<P> 短期 — <STRONG>网站诊断服务</STRONG>，为网站进行一次详细检查，增强客户友好度。</P>

<P> 中期 — <STRONG>搜索引擎优化 (SEO) 服务</STRONG>，提高百度、Google 搜索排名，让客户更容易找到您。</P>

<P> 长期 — <STRONG>搜索引擎营销 (SEM) 顾问</STRONG>，寻找最高性价比竞价方案，降低竞价排名费用。</P>

<P> 更多详细介绍，请点击：<A href="http://www.seotest.cn/shanghai/">上海 SEO</A><A href="http://www.seotest.cn/shanghai/">搜索引擎营销顾问</A></P>

“网站诊断服务、搜索引擎优化 (SEO) 服务、搜索引擎营销 (SEM) 顾问”这 3 歌词和主题精密关联，所以加粗了。

“服务地区、服务形式、服务项目”，这么用主要是想着提高与“上海 SEO 服务”这个关键词的相关度，特意对“服务”重复了 3 次，阅读感觉也很合理。

- 页面以 DIV+CSS 为主，整个页面 4 张图片，并且都不算大。
- 首页文件仅 3K，算上图片，加起来也没多大，浏览还算快。

上面这些 SEO 细节，促成了目前的排名，应该还有上升空间，抽空再调整下，争取百度进首页。

## SEO 案例三十七：“保定人才网”seo 案例

本文是一个很好的 seo 案例，关键词是：保定人才网。

作者原文：

研究了很久的 seo，网站也试了不少，垃圾站也作过，流量也有了，但是关键词的排名始终不能给带来很大的流量，也没有给自己带来什么实质性的收益，原因可能是因为本身追求的关键词太热，所以造成优化难度加大，而且非常不稳定，呈现了很频繁的跳舞状态。

于是，我就想，就是什么才是最好的 seo 优化策略呢？

这个时候我在一次访问中发现，很多关键词一旦加上了地方属性，这个关键词就很好优化，为什么呢？主要还是因为地方词竞争不激烈，但是可以吸引非常多的行业用户，因此网站赢利模式非常多样化。

但是什么样的关键词最好呢？作为一个没有目标的 seoer，只能通过搜索引擎来找方向了，有点像很多生意人，不是喜欢做什么而做什么，而是市场最热什么就做什么。

显然，目前搜索引擎的主流在百度，因此如果想带来流量就得做他的了，于是我检索了一个城市：保定。

通过百度的关键词热度查询 <http://www2.baidu.com/inquire/rsquery.php>

查询看到与保定相关的词，排在第二位的是 保定人才网，虽然没有第一名保定热线高，但是这个属性决定了并不存在唯一，而且更容易争取，但是，这个热度比例还是不能让人满意，到底这个词有多大价值呢？

于是，有通过百度指数 <http://index.baidu.com/main/word.php?word>=保定人才网查询到保定人才网这个词每天的关注度是 800 左右，考虑到都是企业用户和学生居多，这个未来的价值[具

体如何实现网站赢利感兴趣可以联系笔者 qq:184589045 沟通]还是比较高，因此决定以保定人才网作为优化的重点。

于是立刻开始准备：

第一步，先从域名入手，考虑到搜索引擎对于 .com 域名比较关注，于是注册了 [www.baodingrencaiwan.com](http://www.baodingrencaiwan.com) 很长吧，哈哈，但是它还是有很大的用处的，你看看这个结果 [http://www.baidu.com/baidu?word=baodingrencaiwan&tn=max2\\_cb](http://www.baidu.com/baidu?word=baodingrencaiwan&tn=max2_cb) 为什么呢？因为很多人因为输入法的问题，可能输入了拼音，这个方式实际上给我带来每天 20 多人的访问量，而且搜索引擎对于全字拼音也非常喜欢，所以利于优化，考虑到为了防止竞争跟进，于是我连 [www.baodingrencaiwan.cn](http://www.baodingrencaiwan.cn) 这个域名也注册了，呵呵，这样，别人再注册就意义不大了。但是因为这些域名本身比较长，不利于回头客访问和传播，域名又转过来一个域名 [www.ibaoding.com](http://www.ibaoding.com) 把它作为主站域名。一个网站 3 个域名，事实后来证明，我这个策略是很正确的，因为搜索引擎把这三个域名作为 3 个网站去抓取了，于是我的网站的曝光量大大增加了。

第二步，就是主机，因为保定本地用户网通电信用户都有，因此租用了一台双线主机，保证速度和稳定，数据库采用了 sql2000。这个稳定是很重要的，因为之后的百度抓取间隔由开始的 20 天到 7 天到 2 天到 1 天越来越频繁，如果不稳定，很可能会出现抓取失败而导致排名的变换。这个也被事实证明了，我 18 号主机因为故障导致了无法访问长达 8 个小时，结果。 [www.baodingrencaiwan.com](http://www.baodingrencaiwan.com) 这个域名的排名一下就掉下去 3 页后了。尤其像这种百度每天更新的网站，稳定太重要了。

第三步，就是程序了，程序使用了比较成熟的人才系统，可以生成静态页面，这样利于搜索引擎抓取。网站标题我考虑既然优化的是保定人才网，那么就干脆简单些，什么也不加了，这个后来我发现在搜索引擎出现的结果来看 [http://www.baidu.com/s?wd=保定人才网&lm=0&si=&rn=10&tn=max2\\_cb&ie=gb2312&ct=0&cl=3&f=12](http://www.baidu.com/s?wd=保定人才网&lm=0&si=&rn=10&tn=max2_cb&ie=gb2312&ct=0&cl=3&f=12)

，虽然我现在的排名只有第 5 名，但是从视觉上来看比那些写了一大串 TITLE 的网站看着更清爽了。

```
<meta name="keywords" content="保定人才网">
```

```
<META name="description" content="保定人才网上招聘首选,这里有保定精英人才汇集,保定数万企业的招聘之选,实力值得信赖!网上的保定人才市场,是保定地区最大招聘信息免费发布平台。我们让您招聘更简单,求职更轻松!">
```

也作到了效果，搜索结果可以很好的描述我这个网站的情况，看看其他的网站大多索引了一些其他的信息或者连接，让人不能一目了然。

网页上面的关键词堆积，也是很下了一番功夫。

堆积了一些保定人才网这个关键词，同时出现了一些人才，保定等相关的词组，这样，搜索引擎可以很好的识别网站的属性，我建议这个堆积不要太多，但是分离型的词组也可以多做，例如保定 人才 招聘 等等。

## SEO 案例三十八：一份某成人网站的 seo 分析报告

本文是一个很好的 seo 案例，关

这是给一个客户的一份简单的 seo 分析报告，出于对客户的隐私保护，在这里省略了一部分内容。

优度网络综合分析了很多成人用品网站，发现这些网站的内容都是大同小异的，其实成人类的关键词很多对搜索引擎来说都是“违法”的。搜索引擎相对不喜欢这类的词。爱趣网跟其它大部分成人用品网不同的地方是多了个文章栏目专题，可以增加搜索引擎对网站的页面收录量，同时还可以增加网站的内容相关度。一个网站的页面收录量多少对网站的质量权重是有一定影响的。这边说一点，如果这个栏目的文章能多点自己的原创文章那就更好了。

从 SEO 的角度来说，优度网络通过对网站的分析总结下列几点主要问题：

#### 一、没有找准核心关键词：

成人用品类的网站一般产品都很多，作为网站主当然都希望自己网站的所有产品关键词能都排在搜索引擎相应搜索结果的前几位。从首页的 keyword 来看，感觉网站主每个词都想要有排名，但缺少核心关键词。由于这个网站刚上线还没两个月，可以肯定的是在搜索引擎上是没有任何排名的，所以应该基本没什么流量。建议先以竞争弱的关键词作为 SEO 的突破口，短期内就可以见效，然后逐步向其他关键词扩展。

建议先做的关键词：两性用品、男性用品、成人保健品等。

这样选关键词的理由：

1) 这些关键词都是跟这个网站业务有关的，而且竞争没有一般的成人用品网的常见关键词竞争那么激烈，比如成人用品、保健品等。

2) 可以从比较简单的关键词排名开始做，逐步提高难度。可以的话在关键词的选择上加个地区，比如“北京”，这样的词转化率高，并且在 SEO 方面相对容易竞争。

#### 二、首页结构不合理

该网站的主要内容是各种成人用品，为了让搜索引擎能收录更多的页面，就要让蜘蛛更容易的根据网站页面的各个链接来进行索引，一级一级的遍历网站链接。根据蜘蛛的从左到右，从上到下的浏览页面习惯，建议把商品分类这个栏目放在最上面，放在导航专题栏目上面。

#### 三、网速慢

我公司用的是电信 2M 光纤的，访问这个网站的速度却很慢，让其他地方的朋友访问，速度也很慢，一个网站的访问速度在搜索引擎排名因素中也占了一定的比例。

#### 四、外部链接的缺乏

网站目前 PR 很低，外部链接没有建设过的痕迹，在没有外链的支持下，网站整体排名将很难获得。

## 五、网站整体的 TITLE 不规范

一个页面的关键词最好不要超过三个，TITLE 的字数也不要超过 30-40 个。

## 六、网站 description 的描述

虽然现在搜索引擎对 description 没有以前的重视度了，但一个好的描述对网站排名还是有影响的。

## 七、建议做个网站地图

网站地图的作用可以最大限度的让蜘蛛访问到网站的所有页面，增加页面收录的几率。

以上是对该网站的大体 SEO 分析，有什么意见请联系优度网络，谢谢。

# SEO 案例三十九：网站 SEO 实例分析：汾酒集团网站诊断 案例分析

## 一、网站概况

### 汾酒集团简介：

山西杏花村汾酒集团有限责任公司为国有独资公司，以生产经营中国名酒——汾酒、竹叶青酒为主营业务，年产名优白酒 5 万吨，是全国最大的名优白酒生产基地之一。

集团公司下设 22 个子、分公司，员工 8000 人，占地面积 230 万平方米，建筑面积 76 万平方米。核心企业汾酒厂股份有限公司为公司最大全资子公司，1993 年在上海证券交易所挂牌上市，为中国白酒第一股，山西第一股。

公司拥有“杏花村”、“竹叶青”两个中国驰名商标，据 2006 年《中国 500 最具价值品牌排行榜》公布，“杏花村”品牌价值已达 47.76 亿元。公司主导产品有汾酒、竹叶青酒、玫瑰汾酒、白玉汾酒、以及葡萄酒、啤酒等六大系列。竹叶青酒是国家卫生部认定的唯一中国保健名酒。

“十五”期间公司快速发展，经济效益连创新高，倾力打造名白酒基地、保健酒基地和酒文化旅游基地，被授予“全国工业旅游示范点”。杏花村汾酒酿造作坊遗址 2006 年被评为全国重点文物保护单位。企业还被评为全国厂务公开先进单位，全国绿色环保先进企业，相继荣获“中国最具影响力企业”、“中国最具成长性企业”等多项荣誉称号。2006 年 1 月获得了省政府质量奖。2006 年完成销售收入 23.8 亿元，实现利税 10.05 亿元，实现利润 4.27 亿元，职工人均收入 2.5746 万元。

### 企业网站概况：

汾酒集团网站的网址是 <http://www.fenjiu.com.cn>，整个页面以红白色为主色调，白色给人明亮、整洁的视觉冲击，而红色突出我们的热情和公司业务的蒸蒸日上。整个网站规划比较清晰。整个网页主要分四个部分组成最上面是主菜单栏目以及一个 FLASH 广告。中间分为四个小方块分别是：公司新闻、行业新闻、产品展台和产品搜索区。左侧分为四个小方块分别是：会员和企业注册登陆区、下属企业、汾酒文化和汾酒之歌。右侧分为四个小方块分别是：公司公告、饮酒健康、营销网络和友情链接。最下方是会员之家、联系我们、服务热线、客户反馈和企业版权。但是在简中微显不足，例如一级栏目设置了 11 个，栏目显的过于多，另外网站给浏览者一种感觉就是企业网站信息量小，重要信息不完整。从该网站新闻版块可以看出，信息量不足，内容更新不快，有时一个月下来只有三四篇新闻报道。不过作为上市公司，网站在股票行情、定期报告和临时公告等方面都做了详细介绍，起到了提高网站可信度的目的。Flash 广告较好体现出企业形象和宣传了公司的产品。

## 二、网站诊断路径说明

1. URL 的结构
2. 网站 PR 值
3. GOOGLE 关键词排名查询
4. 网站的页面及 Meta 标签检测和关键字查询
5. 被几大搜索引擎的收录情况
6. 站点页面分析
7. 网站 ALEXA 排名
8. ALEXA 统计数据估算网站 IP&PV 值
9. 网站指向 IP 列表

## 三、网站问题的罗列与分析

### 1. URL 的结构

网站的 URL 结构层次设置比较合理，符合一个企业网站 URL 结构设置不超过 4 层的要求。

### 2. 网站 PR 值

google 的 page rank 对其首页的评价是 4。说明该网站的首页栏目设置不是很合理。

### 3. GOOGLE 关键词排名查询

输入网站的网址和关键词，可快速获取站词在搜索引擎 Google 上的排名。支持 Google 的多台服务器上的搜索查询。

指定查询域名：<http://www.fenjiu.com.cn>

指定的关键字：汾酒

查询的服务器：[www.google.com](http://www.google.com)

排名结果如下：[仅检索 100 名以内的结果]

### 4. 网站的页面及 Meta 标签检测和关键字查询

Meta 信息检测结果如下：

页面标题：汾酒集团



字符数量：4 个字符      建议长度：小于等于 80 个字符  
关 键 词：页面不规范，KeyWords 标签不存在或者内容为空。

字符数量：0 个字符      建议长度：小于等于 100 个字符。  
页面描述：页面不规范，Description 标签不存在或者内容为空。  
字符数量：0 个字符      建议长度：小于等于 200 个字符。

#### 5. 被几大搜索引擎的收录情况

搜索引擎正向链接查询结果：

搜索引擎

链接数量

耗费时间

google

2

0.04S

百度

1

0.001S

雅虎

453

0.04S

MSN

434

0.03S

搜狗

0

0S

中搜

974

0.045S

由上述两个表可以看出汾酒集团在搜索引擎方面做的很不理想，尤其是在全球最大的两大搜索引擎中竟然只能搜索到一到两个结果，看来该网站还要应在搜索引擎方面下点功夫，优化自己的搜索引擎方案。毕竟在推广企业网站的方法里，搜索引擎时是最直接也是效果最好的方式之一。

#### 6. 站点页面分析：

##### (1) 主页面整体分析：

网页整体清新自然，结构合理，内容更新及时，能有效地利用网络这种资源来推广自己的产品，客务也做得比较到位。没有过多的 FLASH，有利于被搜索引擎收录。

##### (2) 元标记检查：

网站每个网页标题相同，全部是汾酒集团，没有准确表述该网页的内容；<meta> 标签中缺少网站关键词和网站描述，这一不利于被搜索引擎收录网页图片缺少便于搜索引擎收录的 ALT 说明标记。

##### (3) 下载时间检查和图片检查

网站访问测试，网站打开速度比较快，不存在图片文件未做优化处理，下载速度

慢或者网页打不开等问题。

(4) 链接检查：无链接错误

(5) 源代码设计及相关检查

源代码标记整齐，无编译错误。

(6) 在线销售这一版块做的不是很到位，网上采购这一页面竟然是空的，因此没有实现真正的电子商务。

7. 网站 Alexa 排名：网站的综合排名是第 1218339 位。

在 ALEXA 上流量排名情况如下：

当日排名

变化趋势

一周平均

变化趋势

一月平均

变化趋势

三月平均

变化趋势

--

--

418844

289311

812754

239405

1945400

72240

8. 根据 ALEXA 统计数据估算网站 IP&PV 值如下：

日均 IP 访问量  $\approx$  150

日均 PV 浏览量  $\approx$  4005

9. 网站指向 IP 列表

被访问网址

近月网站访问比例

近月页面访问比例

人均页面浏览量

fenjiu.com.cn

100%

100%

8.9

由上述两表中可以看出汾酒集团网站排名是比较靠后的，而且整体趋势是下降的，这就造成了网站的访问量不高，为此，应尽快改进网站的不足之处，进而提高网站的访问量，只有这样才能把在同行中走的更远。

#### 四、总结

汾酒集团的网站总体来说做得还是比较好的，页面清晰，颜色搭配合理，内容丰富，更新及时，比起同类行业的其它企业网站要稍好些。不过也有以

下不足之处，一是它的栏目设置不是很合理，体现在一级主栏目设置较多，且一级和二级栏目有重叠、交叉，这影响用户浏览该网站；二是它的 Alexa 排名正在下降，网站被搜索引擎收录的也很少，除此该企业网站竟然没有使用关键词，要知道网站关键词的选择很大程度上取决于企业建设网站的思路且搜索引擎通过使用关键字的相关程度来决定网页的先后顺序。然而核心关键词也不要太多，一般限定在五个以内。在关键词的选择上，可分三个方面进行：首先是企业简称，其次是产品统称，最后是行业简称。这说明企业在搜索引擎方面没有多作文章，而据有关统计表明，大多数网站的访问量有 70% 是通过搜索引擎得来的，故您的网站在搜索引擎上“表现”如何，直接影响到了网站被大家接受的程度，此外另有实践证明，搜索引擎优化工作不仅能让网站在搜索引擎上有良好的表现，而且能让整个网站看上去轻松明快，页面高效简洁，目标客户能够直奔主题，网站发挥出了沟通企业与客户的最佳效果；三是它的电子商务功能不明显。在线订购、支付的功能没有充分发挥，尤其是网上采购这一块纯属空白；四是它的售后服务做得也不是很到位，如关于产品购买和保养知识，产品导购知识和详细说明知识等等，虽然有在线解答这一块，不过只留了在线咨询电话，很显然它在这方面做的还是不够的。因此，今后应注重在这几方面的建设。

总之企业网站也是企业很重要的一部分，应舍得花资金成本将自己的网站做好做强，时刻记得网站的更新、维护和升级，最大限度的利用网络这种新型、高效的战略性工具来进行产品的网络营销。尤其利用好搜索引擎这个网络营销最有效的网络营销工具，只有这样，才能在同类行业中拔得头筹，从而更好的进军国际市场。