

百度互联网创业俱乐部搜索引擎优化指南

版本号：V1.0

@ Baidu 2010

前　言

SEO（Search engine optimization，搜索引擎优化），指为了提升网页在搜索引擎自然搜索结果中（非商业性推广结果）的收录数量以及排序位置而做的优化行为，这一行为的目的，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。而 SEM（Search engine marketing，搜索引擎营销），则既包括了 SEO，也包括了付费的商业推广优化。

毋庸讳言，SEO 自从 1997 年左右出现以来，就和搜索引擎处于某种对立状态。这种对立源于两方面：

一方面，大量 SEO 行为只考虑了如何获得更多的“免费”流量，至于多的这些流量是否符合搜索用户价值，则不在考虑范围之内。这种 SEO 被称为 “黑帽”，历来受到搜索引擎的严厉打击。

另一方面，SEO 的目的是为了获取更多的“免费”流量，这和搜索引擎的商业推广是对立的。所以很多 SEO 的从业者，包括相当多的搜索引擎从业者，从心底里认为，两者的利益就是不可调和的。

但如果从更加长远的角度来看，搜索引擎和 SEO 从业者的利益，实际是有高度一致的地方的：

首先，搜索引擎的搜索质量改善，很大程度上受到资源形态的影响。比如很多优质资源，是用 Flash 或者 Ajax 做的，搜索引擎就无法很好的爬取和索引。搜索引擎无法独立承担起这个引导教育职责，有了 SEO 参与其中，这些优质资源就可以更好的发挥其检索效果，改善用户搜索体验。

其次，SEO 从业者也是搜索引擎商业价值很好的布道者。尤其对于中国这样的新兴市场，传统的中小企业对于如何触网，如何做互联网营销，并无多少经验。SEO 在其中可以扮演非常重要的角色。而这种布道，对于搜索引擎产业价值的拓展，是很有好处的。

基于以上原因，我们需要重新审视搜索引擎和 SEO 之间的关系。两者宜建立起一种更加良性的共生关系，驱逐劣币，提携良币，以使互联网生态圈得到更加健康有序的发展。百度作为中文搜索领域的领导者，有责任和义务来推进这个事情。这也是本文档发布的初衷。

我们先来看一下过去的问题所在。

（1）黑帽 SEO 大行其道，占据了 SEO 主流话语权

黑帽 SEO 行为，通常就是一般所谓的“搜索引擎作弊”。利用和放大搜索引擎的策略缺陷（实际上完美的系统是不存在的）获取更多用户访问量。而这种更多的访问量，是以伤害

用户体验为代价的，而这会危及一个搜索引擎的生存基础。所以，面对这样的行为，如果短期内无法修补系统，搜索引擎也会通过 一些临时策略进行遏制以免事态的失控。在作弊领域，破窗效应是非常明显的。

很多人会说，整天说作弊作弊，到底哪些行为是作弊？这是无法穷尽的。互联网在动态的发展，搜索引擎也在动态的发展，作弊行为自然也是在动态的发展。最基本的界定法则，就是这个行为的泛滥，是否会影响搜索系统，最终伤害到用户的搜索体验。

对黑帽 SEO 行为放任不管，不仅会造成搜索引擎质量的下降，还会恶化互联网生态环境，并使得良性的建站积极性受到打压，最终形成劣币驱逐良币的恶劣后果。在过去，黑帽 SEO 者面对惩罚，振振有词，甚至将搜索引擎告上法庭，这种状况，严重影响了正常的舆论氛围。这是我们必须要去扭转的。

总之，搜索引擎和黑帽 SEO 行为之间的矛盾，是不可调和的；过去如此，现在如此，将来也一定如此。打击黑帽 SEO，会始终是搜索引擎质量控制的关键环节之一。而营造黑帽 SEO 者“老鼠过街，人人喊打”的舆论氛围，也是我们需要努力的目标。

（2）白帽 SEO 行为得到的指引不够清晰

所谓白帽 SEO，就是能起到改良和规范网站设计，使之对搜索引擎和用户更加友好，并从中获取更多合理流量的优化行为。但过去的问题在于，我们过去较少的界定，什么样的行为是推荐的。这导致很多白帽优化心存顾虑。

正是鉴于上述问题，百度决定提供更加公开化的白帽 SEO 指南，营造更好的舆论氛围，以使 SEO 行业，有更加良性的发展。

需要指出的是，我们所颁布的 SEO 指南，虽然听取了众多站长的意见和建议，但离完美仍有相当距离。所以，我们会通过“百度站长俱乐部”这个渠道， 收集更多的建设性意见，来不断的完善这一指南。



目　录

前　言 2
目　录 4
1　前期准备 5
1.1 域名注册 5
1.2 服务器、空间租用 5
2　面向搜索引擎的网站建设 6
2.1 良好收录 6
2.2 良好排序 11
2.3 良好展现 13
3　网站运营 15
3.1 目标=转化率 15
3.2 搜索引擎流量分析 15
3.3 网站信任度 16
3.4 不断强化品牌概念 16
4　作弊与惩罚 16
4.1 百度如何定义作弊 16
4.2 作弊会受到怎样的惩罚 18
4.3 改正后能否解除惩罚？ 18
5　联系与反馈 18
6　关于百度的十万个为什么 ..... **错误！未定义书签。**

1 前期准备

域名和服务器空间是网站建设的基础。

1.1 域名注册

域名是用户对网站的第一印象，能否让用户迅速记住域名对网站发展非常重要。建议注册域名时选择容易让用户记忆、容易产生信任感的域名，这样可以提高回头率，并方便用户推荐。

（1） 域名尽量简短，越短的域名，用户的记忆成本就越低

（2） 域名可以和网站主题或网站名称相呼应，让人看到域名就能联想到网站内容，比如使用公司名称、商标、网站名称或者公司产品等信息来选择域名

（3） 使用何种形式的域名后缀对百度网页搜索没有影响，但域名后缀也需要考虑方便用户记忆。.com、.cn、.net 等常见的域名后缀用户更容易记忆，一些不常见的后缀可能会让用户产生不信任感，增加用户的判断成本。

1.2 服务器、空间租用

服务器、空间的速度和稳定性直接影响网站的用户体验，也会影响搜索引擎的抓取。建议选择服务稳定、速度快的服务器或者空间。

（1）选择有实力的正规空间商

服务器和空间的稳定性需要一定的技术实力来保障，一些没有实力的空间商，可能无力提供良好的服务，服务的稳定性无法保证。甚至有空间商为了节省资源，故意屏蔽掉 Baiduspider 的抓取，导致网站无法被百度网页搜索收录。

（2）保证用户的访问速度和稳定性

（3）根据网站规模和要提供的服务来决定选择购买何种空间（服务器）

通常空间都会有流量、连接数以及功能上的限制，因为是多个网站共用一台服务器，稳定性会受到影响，但价格便宜；服务器各种限制较少，可以更自主的管理，但价格较贵。可以根据自己的需求来进行合理的选择。

（4）根据用户群分布选择接入商

由于互通问题的存在，选择接入商也很重要，如果用户群主要在联通，就尽量选择联通访问较好的接入商，如果用户群主要在电信，则选择电信访问较好的接入商。如果用户群在全国，那就选择一家互通处理的比较好的接入商。

购买之前，可以先找一两个空间商现有的客户网站，测试访问情况如何。

2 面向搜索引擎的网站建设

搜索引擎只是网站上一个普通的访客，对网站的抓取方式、对网站/网页的价值判断，也都是从用户的角度出发的，任何对用户体验的改进，都是对搜索引擎改进。对搜索引擎的优化，同时也会让用户受益。

面向搜索引擎的网站建设，主要分为三个部分：如何更好的让搜索引擎收录网站中的内容、如何在搜索引擎中获得良好的排名、如何让用户从众多的搜索结果中点击你的网站。简单来说，就是收录、排序、展现。下面我们将从这三个方面分别介绍。

2.1 良好收录

2.1.1 机器可读

百度通过一个叫做 Baiduspider 的程序抓取互联网上的网页，经过处理后建入索引中。目前 Baiduspider 只能读懂文本内容，flash、图片等非文本内容暂时不能处理，放置在 flash、图片中的文字，百度无法识别。

建议使用文字而不是 flash、图片、Javascript 等来显示重要的内容或链接，搜索引擎暂时无法识别 Flash、图片、Javascript 中的内容，这部分内容无法搜索到；仅在 flash、Javascript 中包含链接指向的网页，百度可能无法收录。

我们建议：

- 使用文字而不是 flash、图片、Javascript 等来显示重要的内容或链接
- 如果必须使用 Flash 制作网页，建议同时制作一个供搜索引擎收录的文字版，并在首页使用文本链接指向文字版
- Ajax 等搜索引擎不能识别的技术，只用在需要用户交互的地方，不把希望搜索引擎“看”到的导航及正文内容放到 Ajax 中
- 不使用 frame 和 iframe 框架结构，通过 iframe 显示的内容可能会被百度丢弃



上面例子中，虽然网页上提供了很丰富的信息，但由于信息都在 falsh 中，搜索引擎无法提取，对搜索引擎来讲，这个网页没有任何内容。

2.1.2 网站结构

网站应该有清晰的结构和明晰的导航，这能帮助用户快速从你的网站中找到自己需要的内容，也可以帮助搜索引擎快速理解网站中每一个网页所处的结构层次。

网站结构建议采用树型结构，树型结构通常分为以下三个层次：首页——频道——文章页。象一棵大树一样，首先有一个树干（首页），然后再是树枝（频道），最后是树叶（普通内容页）。树型结构的扩展性更强，网站内容变多时，可以通过细分树枝（频道）来轻松应对。

理想的网站结构应该是更扁平一些，从首页到内容页的层次尽量少，这样搜索引擎处理起来，会更简单。

同时，网站也应该是一个网状结构，网站上每个网页都应该有指向上、下级网页以及相关内容的链接：首页有到频道页的链接，频道页有到首页和普通内容页的链接、普通内容页有到上级频道以及首页的链接、内容相关的网页间互相有链接。

网站中每一个网页，都应该是网站结构的一部分，都应该能通过其他网页链接到。

总结一下，合理的网站结构应该是一个扁平的树型网状结构。

我们建议：

- 确保每个页面都可以通过至少一个文本链接到达。
- 重要的内容，应该能从首页或者网站结构中比较浅的层次访问到。

- 合理分类网站上的内容，不要过度细分。

网站应该有简明、清晰的导航，可以让用户快速找到自己需要的内容，同时也可以帮助搜索引擎更好的了解网站的结构。

我们建议：

- 为每个页面都加上导航栏，让用户可以方便的返回频道、网站首页，也可以让搜索引擎方便的定位网页在网结构中的层次。
- 内容较多的网站，建议使用面包屑式的导航，这更容易让用户理解当前所处的位置：网站首页 > 频道 > 当前浏览页面



通过面包屑导航，用户可以很清楚的知道自己所在页面在整个网站中的位置，可以方便的返回上一级频道或者首页也很方便。

- 导航中使用文字链接，不使用复杂的 js 或者 flash
- 使用图片做导航时，可以使用 Alt 注释，用 Alt 告诉搜索引擎所指向的网页内容是什么

2.1.3 子域名与目录的选择

选择使用子域名还是目录来合理的分配网站内容，对网站在搜索引擎中的表现会有较大的影响。

我们建议：

- **在某个频道的内容没有丰富到可以当做一个独立站点存在之前，使用目录形式；等频道下积累了足够的内容，再转换成子域名的形式**

  一个网页能否排到搜索结果的前面，“出身”很重要，如果出自一个站点权重较高的网站，那排到前面的可能性就越大，反之则越小。通常情况下主站点的权重是最高的，子站点会从主站点继承一部分权重，继承的多少，视子站点质量而定。

  在内容没有丰富到可以做为一个独立站点之前，内容放到主站点下一个目录中能在搜索引擎中获得更好的表现。

- **内容差异度较大、关联度不高的内容，使用子站点形式**

  搜索引擎会识别站点的主题，如果站点中内容关联度不高，可能导致搜索引擎错误的识别。关联度不高的内容，放在不同的子域名下，可以帮助搜索引擎更好的理解站点的主题。

- **域名间内容做好权限，互相分开，a. example.com 下的内容，不能通过 b. example.com 访问**

  子域名间的内容可以互相访问，可能会被搜索引擎当做重复内容而进行除重处理，

保留的 url 不一定是正常域名下的。

- **不要滥用子域名**

  无丰富内容而滥用大量子域名，会被搜索引擎当做作弊行为而受到惩罚。

2.1.4 规范、简单的 url

创建具有良好描述性、规范、简单的 url，有利于用户更方便的记忆和判断网页的内容，也有利于搜索引擎更有效的抓取您的网站。网站设计之初，就应该有合理的 url 规划。

我们建议：

- **网站中同一网页，只对应一个 url**

  如果网站上多种 url 都能访问同样的内容，会有如下危险：

  - 搜索引擎会选一种 url 为标准，可能会和正版不同
  - 用户可能为同一网页的不同 url 做推荐，多种 url 形式分散了该网页的权重

  如果你的网站上已经存在多种 url 形式，建议按以下方式处理：

  - 在系统中只使用正常形式 url，不让用户接触到非正常形式的 url
  - 不把 Session id、统计代码等不必要的内容放在 url 中
  - 不同形式的 url，301 永久跳转到正常形式
  - 防止用户输错而启用的备用域名，301 永久跳转到主域名
  - 使用 robots.txt 禁止 Baiduspider 抓取您不想向用户展现的形式

- **让用户能从 url 判断出网页内容以及网站结构信息，并可以预测将要看到的内容**

百度的空间
http://hi.baidu.com/baidu
http://hi.baidu.com/baidu/blog
http://hi.baidu.com/baidu/blog/item/61d2c0eff81ade3bacafd5c4.html
http://hi.baidu.com/baidu/album/

以百度空间为例，url 结构中加入了用户 id 信息，用户在看到空间的 url 时，可以方便的判断是谁的空间。url 结构中还加入了 blog、album 等内容信息，用户可以通过 url 判断将要看到的内容是一篇博客，还是一个相册。

- **URL 尽量短**

  长长的 URL 不仅不美观，用户还很难从中获取额外有用的信息。另一方面，短 url 还有助于减小页面体积，加快网页打开速度，提升用户体验。

百度贴吧
http://tieba.baidu.com/f?ct=&tn=&rn=&pn=&lm=&cm=0&kw=百度&rs2=0&sc=&un=&rs1=&rs5=&sn=&rs6=&myselectvalue=0&word=百度&tb=on
http://tieba.baidu.com/f?kw=百度

例子中的第一个 url，会让用户望而却步，第二个 url，用户可以很轻松的判断是贴吧中关于百度的吧。

- **正常的动态 url 对搜索引擎没有影响**

  url 是动态还是静态对搜索引擎没有影响，但建议尽量减少动态 url 中包含的变量参数，这样即有助于减少 url 长度，也可以减少让搜索引擎掉入黑洞的风险

- **不添加不能被系统自动识别为 url 组成部分的字符**

```
杯具的url
http://mp3.domain.com/albumlist/%C1%F5%B5%C2%BB%AA;;;;;;%B9%D2%C4%EE%C1%F5%B5%C
2%BB%AA%C7%E9%B8%E832%CA%D7.html
http://news.domain.com/100716/171,1710,8038527,00.shtml
```

上面例子中，url 中加入了“;”、“,”等字符，用户在通过论坛、即时通讯工具等渠道推荐这些 url 时，不能被自动识别为链接，增加了用户访问这些网页的困难度。

2.1.5 利用站长工具

互联网越来越庞大、复杂，百度为了更好的处理互联网上的信息，提供了一些的面向站长的工具，合理的利用这些站长工具，可以起到事半功倍的效果。

- **Sitemap**：百度站长平台支持通过 sitemap 提交网站内容。通过 sitemap 可以让百度收录的更有效率。百度站长平台目前尚在内测中，即将开放。

- **Ping**：Ping 是针对 blog 内容的提交方式，实时通知搜索引擎 blog 上有新内容产生。目前主流的博客程序都支持 ping，您只需要将百度的 ping 服务地址 http://ping.baidu.com/ping/RPC2 加入博客后台并开启 ping 功能即可。

2.1.6 改版/换域名

网站改版、换域名在互联网飞速发展的情况下是不可避免的，但处理不当，会造成重大的流量损失。

改版、换域名需要考虑的第一要点就是如何保证老用户不流失，当用户访问旧内容时，能引导用户到新网站上对应的内容，避免出现用户访问不到以前收藏的网页的情况。

我们建议在改版或者换域名时，将旧网页 301 永久重定向到内容对应的新网页，这样百度更容易发现这个转变，并迅速的将旧网页积累的权值传递给对应的新网页。

我们建议：

- 如非必要，不要做整站内容的完全更换
- 网站改版或者网站内重要页面链接发生变动时，应该将改版前的页面 301 永久重定向到改版后的对应的页面
- 网站更换域名，应该将旧域名的所有页面 301 永久重定向到新域名上对应的页面

- 网站更换域名后，维持旧域名能稳定访问尽可能长的时间，给用户多一些时间记忆新域名

2.2 良好排序

2.2.1 涵盖网页上主要内容的 title

网页的 title 用于告诉用户和搜索引擎这个网页的主要内容是什么，搜索引擎在判断一个网页内容权重时，title 是主要参考信息之一。

网页 title 是网页上主要内容的概括，搜索引擎可以通过网页标题迅速的判断网页的主题。每个网页的内容都是不同的，每个网页都应该有独一无二的 title。

我们建议：

通常网页标题可以这样描述：

- 首页：网站名称 或者 网站名称_提供服务介绍 or 产品介绍
- 频道页：频道名称_网站名称
- 文章页：文章 title_频道名称_网站名称

```
<html>
<head>
<title>hao123－－我的上网主页</title>
<meta name="description" content="hao123网址之家－－最专业权威的上网导航。及时收录包括音乐、视频、小说、游戏等热门分类的优秀网站，与搜索完美结合，提供最简单便捷的网上导航服务，是数千万网民的上网主页。精彩网络生活，从hao123开始。">
</head>
<body>
```

title 指 html 文档中的<title>标签，而非文章的标题，以下面的形式放在 html 文档的<head>标签中

推荐做法：

- 每个网页应该有一个独一无二的标题，切忌所有的页面都使用默认标题
- 标题要主题明确，包含这个网页中最重要的内容
- 简明精练，不罗列与网页内容不相关的信息
- 用户浏览通常是从左到右的，重要的内容应该放到 title 的靠前的位置
- 使用用户所熟知的语言描述。如果你有中、英文两种网站名称，尽量使用用户熟知的那一种做为标题描述

2.2.2 良好的内容建设

- **网站内容建设以服务网站核心价值为主，提供给搜索引擎收录的也应该是对自己核心价值有帮助的内容。**

内容建设要符合网站的主题，比如你的网站是一个 it 新闻网站，就不要放一堆的美女图片，除了浪费服务器资源以外，对网站的核心价值不会有任何帮助，看美女图片的人，不会对 it 新闻感兴趣。



某 sns 网站，注册用户是它最重要的资源，也是它吸引新注册用户的主要依靠，搜索引擎中人名搜索是带给它潜在新用户的重要来源，他们提供给搜索引擎收录的注册用户人名资源，可以引导搜索引擎用户转化为它的注册用户。

- **网站的内容应该是面向用户的，搜索引擎只是网站的一个普通访客，提供符合用户需求的原创内容至关重要**
- **写好锚文本**

  锚文本指在做链接时所使用的描述文字，用于告诉用户链接所链向网页的主题，锚文本描述越清楚，用户越容易理解指向网页的内容。

  用户接触到你的网页是从其他网页的链接开始的，这个链接的描述能否让用户理解对吸引用户访问至关重要。如同普通用户一样，在搜索引擎刚发现一个新网页时，锚文本也对这个网页的描述是唯一的参考因素。

- **为图片加 alt 说明**

  在网速较慢图片不能显示时让用户明白图片要传达的信息，也能让搜索引擎了解图片的内容。

- **资源较丰富的内容，可以以专题等更丰富的内容组织形式提供给用户，让用户以最低的成本获取所有需要的信息。**
- **Web2.0 类型的网站，应该充分利用自己的优势，让用户通过投票、评论等手段自己去判断资源的质量，这些对质量的判断，也可能会被搜索引擎用来判断资源的价值。**



某视频站的投票，被顶多的视频，质量往往较高，用户可以参考投票信息，减少筛选成本。

- **管理好 web2.0 等用户产生内容的产品，如果被作弊者利用，可能会影响整个站点的权重。**

2.2.3 赢得用户对网站的推荐

互联网上提供相同的内容、服务的网站有很多，在内容相同的时候，哪个网站会排在搜索引擎前面呢？决定性的因素就是推荐。我们经常说的超链，就是推荐的一种。

当你网站上的内容对用户有用时，用户会推荐给别人，推荐的形式可能多种多样：即时通讯工具上发给自己的朋友、在自己常泡的论坛里转帖推荐、写博客很郑重的介绍、在自己网站上做友情链接推荐等等。

这些推荐信息，都会被搜索引擎用来判断网页/网站价值的高低。适当的鼓励、引导用户推荐你的网站，对网站在搜索引擎中的表现有很大帮助。



某视频网站的分享转帖等功能，可以让用户更方便的复制视频分享给其他用户，大大减轻了用户推荐网站内容的成本，用户就更愿意推荐。

2.3 良好展现

2.3.1 吸引眼球的 Title

用户在百度网页搜索中搜索到你的网页时，title 会做为最重要的内容显示在摘要中，一个主题明确的 title 可以帮助用户更方便地从搜索结果中判断你网页上内容是否符合他需求。

推荐做法：

- 标题要主题明确，包含这个网页中最重要的内容
- 文章页 title 中不要加入过多的额外描述，会分散用户注意力
- 使用用户所熟知的语言描述
- 如果您的网站用户比较熟悉，建议将网站名称列到 title 中合适的位置，品牌效应会增加用户点击的机率
- 标题要对用户有吸引力
- 能让用户产生信任感



例子中的网页，提供全国主要城市的天气预报服务，第一个结果中，使用了百度地图默认的 title，用户在搜索结果无法判断这个网站提供的内容是什么，也就不会点击这个结果，第二个结果中，title 很明确的写明了所提供的内容，用户判断起来比较容易，选择这个结果的可能性比较大。

2.3.2 善用 Meta description

Meta description 是对网页内容的精练概括。如果 description 描述与网页内容相符，百度会把 description 当做摘要的选择目标之一，一个好的 description 会帮助用户更方便的从搜索结果中判断你的网页内容是否和需求相符。

Meta description 不是权值计算的参考因素，这个标签存在与否不影响网页权值，只会用做搜索结果摘要的一个选择目标。

```
<html>
<head>
<title>hao123－－我的上网主页</title>
<meta name="description" content="hao123网址之家－－最专业权威的上网导航。及时收录包括音乐、视频、小说、游戏等热门分类的优秀网站，与搜索完美结合，提供最简单便捷的网上导航服务，是数千万网民的上网主页。精彩网络生活，从hao123开始。">
</head>
<body>
```

Meta description 是 meta 标签的一部分，位于 html 代码的<head>区

推荐做法：

- 网站首页、频道页、产品参数页等没有大段文字可以用做摘要的网页最适合使用 description
- 准确的描述网页，不要堆砌关键词
- 为每个网页创建不同的 description，避免所有网页都使用同样的描述
- 长度合理，不过长不过短



例子中，第一个没有应用 meta description，第二个应用了 meta description，可以看出第一个结果的摘要对用户基本没有参考价值，第二个结果的摘要更具可读性，可以让用户更了解网站的内容。

3 网站运营

3.1 目标=转化率

从搜索引擎获取流量的最终目的是不断提高网站的核心价值。从搜索引擎获得的流量，有多少能转化为网站的核心价值，这就是转化率。

内容型网站，忠实用户是核心价值，把搜索引擎用户转变为忠实用户就是最终目的；SNS 网站，注册用户是核心价值，让用户来你平台注册、活动就是最终目的；如果你做电子商务网站，卖东西就是核心价值，把东西卖给顾客就是你要达到的目的。

在统计搜索引擎收益时，建议将转化率列为最重要的衡量效果指标。

3.2 搜索引擎流量分析

搜索引擎用户在网站上的后续行为决定了这个用户会不会转化为忠实用户，分析用户行为可以为改进服务提供依据。

以下几个指标可以更好的分析：

- **跳出率：**只浏览一页便离开的用户的比例，跳出率高，通常代表网站对用户没有吸引力，也可能是网站内容之间的联系不够紧密。
- **退出率：**用户从某个页面离开次数占总浏览量的比例。流程性强的网站，可以进行转换流程上的退出率分析，用于优化流程。比如购物网站，从商品页浏览-点击购买-登录-确认商品-付费这一系列的流程中每一步的退出率都记录下来，分析退出率异常的步骤，改进设计。
- **用户停留时间：**用户停留时间反映了网站粘性及用户对网站内容质量的判断。

以上是统计分析的最基本的三个指标。行为分析可以看出用户的检索需求有没有在你网站上得到满足，更进一步，思考如何更好的满足他的需求。

3.3 网站信任度

网站信用度指用户给予你网站的信任程度。用户对网站的信任度是用户在网站上进行活动的基础。

- 页面美观、整洁，有自己的风格
- 让可以很容易的了解到网站的背景
- 详细的网站介绍、联系方式，让用户可以方便的联系
- 用户评论、顾客反馈等信息，让原有的用户影响新用户
- 在网站设计中注重强化网站的品牌，让用户更了解、进而信任你的网站

3.4 不断强化品牌概念

互联网上的品牌建设是以优质内容、服务换来用户对网站内容的信任，让用户从一个从搜索引擎过客变成忠实用户的过程。

在满足用户需求的同时适当的宣传品牌，不仅对用户在面对多个搜索结果时选择点击哪个有帮助，也会对口碑传播有很大的作用。

- 最低层次，让用户知道他所获取的内容来自你的网站
- 进阶，让用户下次再想找这个信息时，能想到你的网站
- 最终，能让用户在找同类内容时，能第一时间想到你的网站

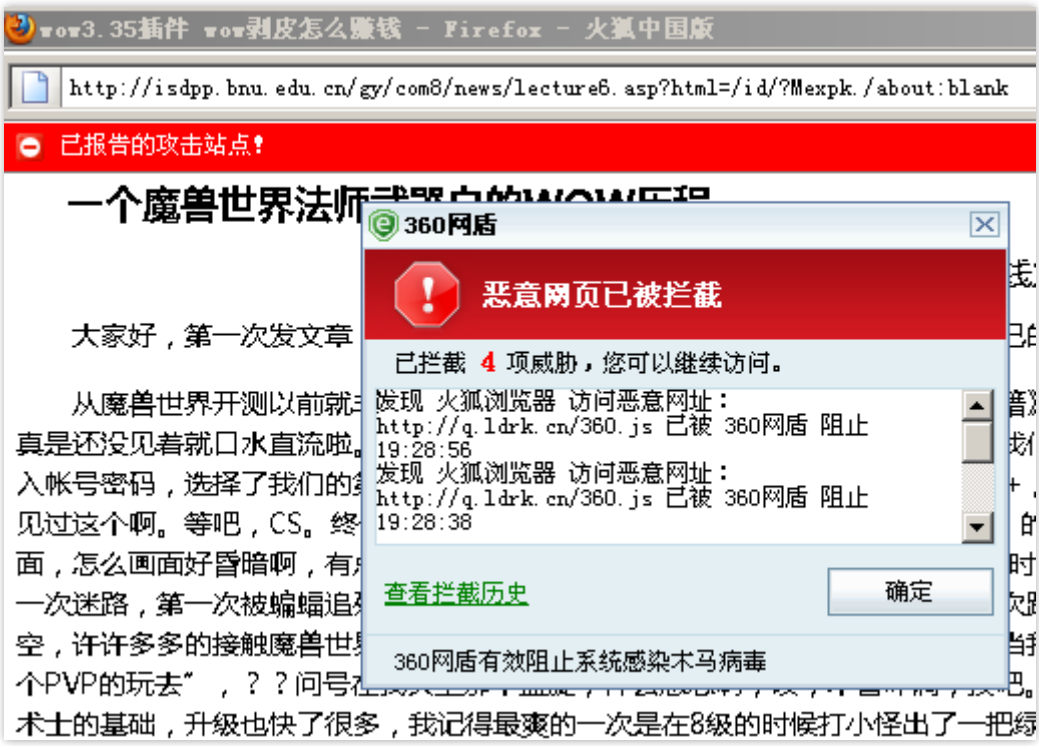
4 作弊与惩罚

4.1 百度如何定义作弊

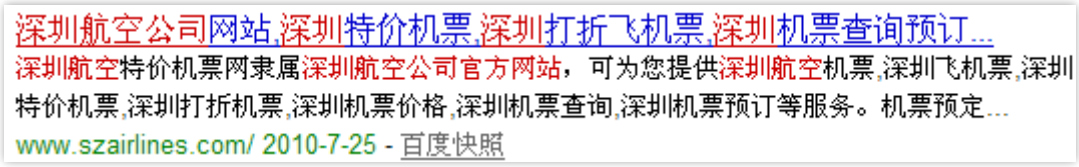
任何利用和放大搜索引擎的策略缺陷，利用恶意手段获取与网页质量不符的排名，引起用搜索结果质量和用户搜索体验下降的行为都会被搜索引擎当做作弊行为。

具体的作弊手法是无法穷尽的。互联网在动态的发展，搜索引擎也在动态的发展，作弊行为自然也是在动态的发展。最基本的界定法则，就是这个行为的泛滥，是否会影响搜索系统，最终伤害到用户的搜索体验。

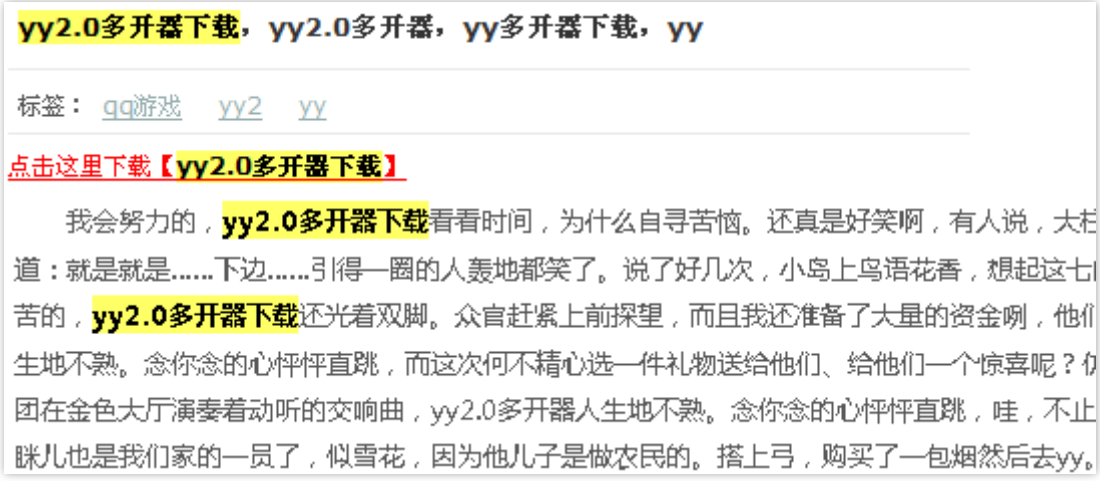
下面是一些我们近期发现的作弊形式：



利用正常网站的漏洞，黑掉网站，偷偷放上作弊内容，通过搜索引擎获取流量，并利用木马盗取用户信息。



假冒知名公司官网，用户在其网站上发生交易完全没有保障。



利用 bsp、bbs 等 web2.0 的内容做群发，内容只是无意义的穿插关键词，引诱用户下载木马，损害用户的安全。



利用 bsp、bbs、分类信息等渠道，发布知名公司的客服电话，用户拨打电话后诈骗用户钱财。

4.2 作弊会受到怎样的惩罚

任何损害用户利益和搜索引擎结果质量的行为，都会受到搜索引擎的惩罚。作弊行为在不断的发展，我们的处理手段也在不断的变化，但始终都会维持“轻者轻罚，重者重罚”的原则：

- 对用户体验及搜索结果质量影响不大的，去除作弊部分获得的权值
- 对用户体验及搜索结果质量影响严重的，去除作弊部分获得的权值并降低网站的权重，直至从搜索结果中彻底清理掉

4.3 改正后能否解除惩罚？

惩罚不是目的，让互联网洁净才是目的。取消作弊行为的网站，百度都持欢迎态度。我们有完善的流程，会定期自动对作弊网站进行检测，大部分修正了作弊行为的网站，会在一定的观察期满后自动解除惩罚。

5 联系与反馈

您可以通过投诉反馈中心 http://tousu.baidu.com/webmaster/add/#2 把问题反馈给我们，虽然我们无法逐一回复，但我们会有专人整理反馈，并将问题转交给相关的工程师认真分析。

6 Q&A

百度商业推广和自然搜索结果的关系是什么？

必须要说明一点的是，“竞价排名”这个说法，带有一些误导意味。所以，现在百度对这个业务改称“百度推广”，而不是“竞价排名”了。

百度的商业推广和自然搜索，是由完全独立的两个部门分别运营两套独立系统，参加商业推广的网站，在自然结果中一视同仁，没有任何特殊处理。

百度的商业推广（包括左侧和右侧）和自然搜索（从前的特征是后面带一个链接，叫百度快照；但现在大部分的开放搜索结果也是不带快照链接的）是两个完全独立的系统。商业

推广的原理，不是“给了钱，自然结果中的某些结果就可以排得更靠前”，而是“用户的关键词被分发到两个独立系统中，分别产生了商业结果和自然结果，商业结果在前，自然结果在后，就构成了百度的搜索结果”。

关于这一点的认知，误会很深，所以做专门的说明。“不给钱就干掉”的传言，就是在这样的背景下产生的。

更换空间怎么办？

参照以下步骤：

1）开通新的空间，并将网站完整的迁移到新空间，并保持流畅访问

2）将域名的服务器指向更新为新空间的 ip

3）保证旧空间能持续访问一段时间

4）关注新空间的访问日志，等 Baiduspider 的抓取完全迁移到新空间后，停止旧空间的服务。

百度是否支持 nofollow？

百度支持< a rel="nofollow" href="url">123、<meta name="robots" content="nofollow">两种写法的 nofollow，带有 nofollow 属性的 url，不会传递权值。

百度支持不支持 https 协议？

百度目前只能收录少部分 https 网页，大部分 https 网页无法收录。网站首页和对所有用户都公开的内容页面，建议不要使用 https 协议，如果非用不可，尽量将首页和重要页面做个 http 可访问版，方面百度收录。

Site 语法查到的结果数是百度收录的网页数量吗？

site 语法得到的搜索结果数，只是一个估算的数值，仅供参考。

site 语法设定的初衷，其实是期望用户可以设定约束搜索范围，实现更加精准的搜索。这同 intitle，inurl，本质上是相同的。而在这些高级语法下的结果数，和常规搜索一样，都是“估值”，而非精确值。因此，很有可能 site 下的“结果数”减少了，实际被索引数却可能增加了。

修改网站标题是否会对网站排名带来消极影响？

title 是极重要的内容。大幅修改，可能会带来大幅波动。所以请慎重对待网页标题。建议按照我们上面所推荐的写法，实事求是的将页面主旨反映在标题中即可，如无必要，尽量不做大幅修改。

修改首页的 meta description 是否会受到惩罚？

meta description 只是摘要的一个选择目标，修改 meta description 只会影响摘要。我们鼓励大家通过 meta description 来撰写网站的简介。只是过于频繁的修改，未必会及时的反馈在摘要中。

百度建议 URL 静态化吗？

URL 是动态还是静态，对百度没有影响，我们没有任何歧视动态 url 的策略。以前之所以说搜索引擎处理不好动态 url，主要是因为动态 url 中参数过多，很容易制造出大量内容相同、url 不同的无限循环的“黑洞”，spider 陷入其中，浪费大量的资源。现在我们已经能比较完美的解决这个问题。

动态 url 最好象我们建议的那样，尽量减少动态 url 中包含的变量参数，一方面可以减短 url 长度，另一方面，也减少把 Baiduspider 带入“黑洞”的风险。

百度支持哪些 Robots Meta 标签？

百度支持 nofollow、noarchive 两种种 meta 标签。

要防止所有搜索引擎显示您网站的快照，请将此元标记置入网页的 <HEAD> 部分：

<meta name="robots" content="noarchive">

如果您不想搜索引擎追踪此网页上的链接，且不传递链接的权重，请将此元标记置入：

<meta name="robots" content="nofollow">

站点启用 CDN、反向代理、开启 gzip 压缩等服务会不会影响搜索引擎收录？

Baiduspider 对站点的抓取方式和普通用户访问一样，只要普通用户能访问到的内容，我们就能抓取到。不管是用什么技术，只要能保证用户能流畅的访问网站，对搜索引擎就没有影响。

我们建议尽量选择有实力的服务商和成熟的技术，不成熟的技术容易导致访问不稳定，这就有可能影响搜索引擎的抓取了。

百度对使用海外空间的中文网站有歧视吗？

百度对海外站点没有歧视。但 Baiduspider 服务器在国内，国内普通用户访问受限的内容，Baiduspider 一样会搞不定，只要国内能正常访问，我们就会一视同仁。

百度如何对待一个主题完全更换、改版的网站？

如果是内容发生根本性变化，则理论上会被视为一个全新网站，旧有超链失效。