

搜索引擎优化（SEO）术语表

搜索结果(search result): 作为对搜索者的搜索请求的响应，搜索引擎返回匹配网页的链接，这个链接就是搜索结果。搜索引擎使用多种技术来断定哪个网页与哪个搜索请求匹配，并且根据相关程度来对自然搜索匹配结果进行排名，见最匹配的结果呈现在第一个搜索结果中。付费放置和目录结果通常同时受到相关性以及网站所有者竞标结果的影响。

搜索引擎营销(SEM, Search Engine Marketing) 设计用来提高网站的搜索引擎的所有行为，无论是自然或者是付费搜索。搜索引擎营销也称为搜索营销。

搜索引擎优化(SEO ,Search Engine Optimization) 致力于改进网站的自然搜索排名（而不是付费排名）的一系列技术和方法。

站点地图 (site map) 一个对蜘蛛程序友好的网页，它提供了指向网站域里面其他网页的链接。对一个小型网站而言，站点地图提供直接链接到站点上所有网页的链接。中到大型站点使用站点地图链接到域里面主要的中心网页（这些网页会最终依次实现对站点上所有网页的访问）。例如：<http://www.seo-service.com.cn/sitemap.asp>

作弊(spam) 1.非索要的不合法电子邮件，通常包含商业信息或者欺诈性的主题，未经允许就投递给收信人。2.也被称为搜索作弊技术，被网站设计来愚弄搜索引擎的不道德（但是合法）技术，即使其网页对一搜索请求不是最佳匹配，也会得到显示。

超搜索引擎 (metasearch engine) 一个搜索引擎将很多搜索者的输入的搜索请求发到其他很多搜索，比较每个搜索引擎的结果并显示在单一的结果列表上。

301 重定向 也被称为永久重定向(permanent redirect),是一条对网站浏览器的指令,来显示浏览器被要求显示的不同的 URL,当一个网也经历过其 URL 的最后一次变化以后时使用.一个永久重定向是一种服务器端的重定向,能够被搜索引擎蜘蛛正确地处理。

302 重定向 也被认为是暂时重定向 (temporary redirect)，一条对网站浏览器的指令来显示浏览器被要求显示的不同的 URL，当一个网页经历过短期的 URL 的变化时使用。一个暂时重定向是一种服务器端的重定向，能够被搜索引擎蜘蛛正确地处理。

权威性站点 (Authorit) 网站所被认为的专业水平，通常用其向内超链接的网络来衡量。搜索引擎通常对那些从其他人被很好链接的站点获得向内链接的网站给予高度的重视，并对匹配站点主题的搜索请求，将这些站点放在搜索结果的前面。

权威性网页 (authority page) 就是某个主题有很多链接所指向的网页。

反向链接 (back links) 就是所说的向内链接 (inbound link)，指的是从一个网页到你网页的超级链接。从你站点外链到网页的向内链接，在搜索引擎做链接分析、并根据相关性来对搜索结果排序的时候有很高的价值。

双向链接(tow-way link) 也被称作相互链接，是对一个网页有超文本链接，同时目标网页在链接回来原来的网页。

网站日志(web log) 1.在网站服务器上的一个文件，作为服务器所执行的每个操作的记录。日志文件能够在通过很复杂的方法来进行分析，来测定网站访客的数量（按照人以及按照搜索引擎的蜘蛛程序），以及他们所浏览的网页数量。2.也被称为博客，是一种在线的个日恩

刊物，一种互联网上的定期栏目。有些博客是回忆往事的私人日记，但另外一些类似杂志专栏，专注在感兴趣的特定主题上。

广告条 (banner ad) 也成为广告横幅广告，通常在网页的突出部分出现为一个大型彩色长方形，类似出现在报纸和杂志上的广告。点击广告条会将访客带到广告主的网站。

行为模式 (behavior model) 对一群人执行某种任务行为的抽象化概括，用来衡量和分析他们在做什么。这个分析能够建议在任务后续行动时如何改进流程。

竞价 (bid) 为每个搜索引擎引荐向搜索引擎支付费用，用以保证在付费搜索结果的排名。其最简单的形式，付费搜索结果显示出价最高一方的网页链接在结果列表的顶端，并且竞标方每次在访客点击竞标方的链接时付钱给搜索引擎。

竞价差 (bid gap) 在付费竞标中两个相邻位置的两个竞价之间明显的差异。例如，当竞标方当前排名第三，其最高的出价是 50 美分，而排名第四的竞价是 40 美分，竞标价差就是 10 美分。

网络日志 (blog, 是 weblog 的简写) 也成为博客 (blog)，是一种在线的个人刊物，一种互联网上的栏目。有些博客是回忆往事的私人日记，但另外一些类似的杂志专栏，专注在感兴趣的特定主题上。如：[风采依扬SEO博客](#)、[点石互动博客](#)

点击 (click) 互联网用户使用他们的鼠标来访问新的网页。网站评测系统程序抓住所有访客的点击进行评测和分析。

点击欺诈 (click fraud) 点击付费搜索列表而没有转化意向的不道德行为，只是为了导致收取按点击所付的费用。

伪装 (cloaking) 也被称为 IP 发送 (IP delivery)，一种作弊技术，对同样的 URL，设计一个程序来返回给真实的访客的网页，以及一个不同版本的给搜索引擎蜘蛛的网页——一个满是关键词的网页，后面这个网页被设计来得到更高的搜索排名。术语“掩饰”来自网站主人阻止访客通过查看他们的 HTML 编码而了解他们的搜索优化机密。

内容 (content) 一种互联网术语，指的是网页上的文字和图片。搜索引擎经常一览内容的优化，因此搜索引擎能够更加容易为搜索请求找到相关的网页。

内容编辑 (content writer) 外围搜索团队的专业人员之一，负责写作网页上的信息内容，职责与销售产品的人员不同。

Cookie 浏览器用来存储网页需要记住信息的方法。例如，一个网页能够存储你访客名字在 Cookie 中，这样每次当他们再来的时候，他们的名字就能够出现在他们浏览器中你网站的首页上。

文案编辑 (copy writer) 搜索营销外围团队的网站专业人员之一，负责写作网页上表达信息的内容，职责与传达信息不同。

按效果所付成本 (CAP, Cost Per Action)。也被称作每次行动成本，是一种收费形式，只有在搜索者采取了“行动”时，你才需要付钱——通常是一次购买你产品的行为。在实践中，CAP 价格主要应用在固定放置或者购物搜索，而不是基于竞价的广告。在所有搜索引擎上价格从 5 美元到 50 美元不等。

爬行程序 (crawler) 就是蜘蛛程序 (spider)，是搜索引擎的一部分，负责在互联网上定位和索引每个网页，这样就能够响应搜索者的搜索要求。成功的搜索引擎营销依赖于爬虫程序在一个网站上找到几乎所有的网页。

CSS (Cascading Style Sheet) 串联样式表，也称为层叠样式表，级联样式表，是对一个HTML文件每个标签的一套格式指令，它能够被定制，这样同样的标签文件能够被不同的样式表来按照不同的方式排版。

描述标签(description tag) 是HTML的要素，包含了网页的大纲。搜索引擎有时候对页面描述匹配搜索请求，这样提高描述的质量可能是优化网页的好方法。

目标页面 (destination page) 依据网页的领结理论，从核心网页链出的网页，它并不自己链回到核心网页。目标网页通常是高质量的页面，但它们可能是公司网站的部分，更多地有内部链接而不是外部链接。

目录(directory) 有成百上千个主题的名单（如飞鱼或者是花边）以及很多与这个主题相关的链接。雅虎是目录最著名的例子，但是大多数的目录比起文本搜索技术来都比较不常用。

目录列表 (directory list) 关于一个特定主题很多超链接之一。站点的主人发送网页请求它被列在目录里面，并且在他们的提交被接受以后会告诉他们有了“目录列表”。雅虎以及开放目录是最著名的网站目录的例子。

门户网站(doorway page ,gateway page, entry page)，是一种作弊技术，通过它，一个网页被专门用于得到高的搜索排名，而对站点的访客没有任何价值。和搜索登陆页面不同，一个门户网站通常尽量保持对浏览网站访客的隐藏。

外向的链接 (external link) 从一个站点链接到其他站点的链接，允许访客转换到新的站点上。搜索引擎会认为这些链接是发送这些链接的站点是对收到链接站点的认可。

隐藏的链接(hidden links) 一种作弊技术，通过它超级链接被设计来被蜘蛛来访问，而不能被人发现。作弊者从很多高排名的链接到他们想要推进的网页上。

隐藏文本(hidden text) 一种作弊技术，通过这种技术，网页上的文字被设计来被蜘蛛程序而不是人看到。文本可以通过用极小的的字号显示而不被看到，或者使用和背景颜色一样的颜色，或者将关键词被图形或者其他网页元素覆盖等。作弊者在网页上堆积关键词来得到高的搜索排名。

向内的链接(inbound links) 也被称为反向链接，指的是从一个网页到你网页的超级链接。从你站点外链到网页的向内链接，在搜索引擎做链接分析，并根据相关性来对搜索结果排序的时候有很高的价值。

索引库(index) 搜索引擎有的网站上所有词的列表，以及每个词在哪个页面上。当搜索者输入了一个搜索请求，搜索引擎在搜索索引库中寻找搜索请求，并定位含有这些词的网页。搜索索引库是搜索引擎的主要数据库，并且没有哪个搜索引擎不具备一个精心设计的索引库。

索引(indexing) 是蜘蛛程序存储互联网上每个词以及对应网页位置的过程。搜索索引库是最主要的搜索引擎数据库，并且没有哪个搜索引擎不具备一个精心设计的索引库。有时也称为收录。

内在链接(interior link) 在你网站内部深层的超文本链接，举个例子，不是链接到首页。

内部链接(internal link) 从网站上一个网页到另一个网页的链接，使得访客转到新的网页上。搜索引擎不看重这些链接。

关键词(keyword) 一个特定的词或者短语，搜索营销人员希望搜索者来经常输入作为搜索请求。

关键词密度(keyword density) 也被称为搜索项密度 (term density)，是关于特定搜索请求的项在网页上所有项中的比率。例如，如果你想要的 200 个词的网页就是关键词“失眠症”被找到，而你的网页上这个词出现了 12 次，你网页上这个词的关键词密度是 6% (12/200)。搜索引擎通常认为有 6~7%关键词密度的网页是很高质量的网页。(更高关键词密度的网页会被怀疑在作弊。)

关键词堆积 (keyword loading, keyword stuffing) 是一种作弊技术，通过它关键词被过度使用，仅仅为了吸引搜索引擎。

关键词布置(keyword placement) 也被称为术语布置，一种关于词语在网页上位置的价值衡量标准。所有的词语在网页上不是平等。在网页标题或者在段落标题上的词语比在正文段落中的词语更重要——这些词语的所在的位置是它们的布置。位置和放置构成了关键词突出程度。

关键词突出程度(keyword prominence) 是一种结合术语在网页上布置和位置的衡量指标，表明其对搜索引擎的价值。最突出的关键词位置是网页标题的第一个词，因为标题是最好的布置，并且是在最好位置的第一个词。有很好关键词突出程度的词会有很好的匹配结果。

链接(link) 一套关键词，一个图片或者其他“热点”在网页上，当被点击的时候，将访客带到另一个网页上。搜索引擎在爬网页的时候特别注意向外的链接，而在按照对搜索索引相关性来排名网页的时候注意向内的链接。

链接分析(link analysis) 也被称为链接流程度，搜索引擎使用的技术，通过检测网页之间的网络链接来决定网页的权威程度。搜索引擎在按相关性排名搜索结果的时候也使用链接分析——网页从很多高权威性网页得到很多向内的链接会比其他网页有更高的排名。

链接工厂(link farm) 是一种作弊技术，通过它搜索营销人员建立几十个或者上百个能被搜索引擎爬行的站点，这样他们就能够获得成百上千个链接来推进搜索排名。

家族内链接(link within the family) 在两个有相似 IP 地址、或者相似数据库信息，或者锚定文本间网站的链接可能被搜索引擎认为有偏向。搜索引擎会去给这些链接降级因为他们不是在彼此中立方之间的——这种认可比起其他的认可来价值要小。

日志文件(log file) 在你网络服务器上的文件，记录服务器发生的每次行动。日志文件能够被用很复杂的方式进行分析来判定有多少访客来到你的站点(按照人和按照搜索引擎蜘蛛程序)以及他们所访问的网页数量。

匹配页(match) 一个被搜索引擎建立的响应搜索请求网页。搜索引擎使用不同的技术来决定哪个网页匹配哪个搜索请求，并且按照相关性对网页排序，这样最好的匹配页面会最先出现。

MEAT 更新重定向(meat refresh redirect) 在你 HTML<head>区段的 meta tag, 指示浏览器与输入不同的 URL (例如 <meta http-equiv="refresh" content="5; URL=http://www.yourdomain.com/newURL"/>)。这种标签闪现在屏幕上(在这个例子中是 5 秒)，之后才展现新的 URL。不好的是，这种技术通常会被搜索蜘蛛程序忽略，所以尽量避

免使用它。

单向链接(one-way link) 链接到一个网页的超链接，而没有相应链接回到原来的网页。

优化内容(optimizing content) 一个搜索营销术语，关于修改网页上的图片和文字来使搜索引擎能够为一个相关搜索请求更容易地找到这个网页。

网页浏览量(page view) 网页评测术语，用来计算站点上有多少网页被个体的访客来浏览。如果三个人看一个网页一次，并且两个人看同样的网页两次，这个网页就有了 7 次页面浏览。

付费链接(paid link) 一个链接到目标站点的超链接，是已经向来源网站付钱购买的。

永久重定向(permanent redirect) 也被称为 301 重定向，是一条对网站浏览器的指令来显示浏览器被要求显示的不同的 URL，当一个网页经历过其 URL 的最后一次变化以后时使用。一个永久定向是一种服务器端的重定向，能够被搜索引擎蜘蛛适当地处理。

排名(ranking) 搜索引擎所使用的技术来挑选匹配网页，生成搜索结果页面。有些搜索引擎是按日期挑选搜索结果，而大部分的搜索引擎是按照相关性排名。决定最终排名执行的软件代码被称为排名算法，并且它是每个搜索引擎公司的核心商业机密。

排名算法(ranking algorithm) 是用来控制搜索匹配怎样精确地按照顺序排布在搜索结果页面的软件。搜索匹配有时候被按照页面生成的日期来排名，而大多数排名是按照相关性。搜索引擎的相关性排名算法是每个搜索引擎公司的核心商业机密。

排名要素(ranking checker) 一个自然搜索匹配的任何特性都能够被排名算法用来为搜索结果网页的生成挑选匹配。相关性排名算法使用了很多种的要素，包括与搜索请求相匹配的网页的位置，网页的权威性（基于链接分析），在搜索请求中的不同词以及它们在页面上的接近程度，等等。

交互链接(reciprocal link) 也称作双向链接，是对一个网页不光有超文本链接，同时对应有和原始网页的链接。

相关的链接(relational link) 你由于业务关系而请求得到的一个进入到你站点的超文本链接，这些关系例如你公司和供应商，经销商，和顾客的关系。

相关性(relevance) 一个自然搜索与搜索请求相关的程度。一个有极高相关性的匹配是对那个搜索请求排名第一的候选结果。搜索引擎通常使用相关性排名算法，通过相关性来挑选匹配，来展示搜索结果。相关性排名算法使用多种要素，包括匹配搜索请求内容所在网页的位置，网页的权威性（基于链接分析），搜索请求中的词语在网页上彼此的接近程度，以及更多其他的。

相关性排名(relevance ranking) 一种技术，被搜索引擎利用挑选匹配，来产生一系列的自然搜索结果，这些最高的匹配结果与搜索请求的相关性最接近。决定具体相关性排名是怎样执行的软件代码被称为排名算法，并且这些算法对每个搜索引擎而言是其商业秘密。相关性排名算法使用很多种要素，包括匹配搜索请求内容所在网页的位置，网页的权威性（基于链接分析），搜索请求中的词语在网页上彼此的接近程度，以及更多其他的。

Robot 对蜘蛛程序不常用的名字，是搜索引擎的一部分来定位和索引互联网上的每个可能回答搜索请求的网页。通常只在讨论 robots HTML 标签或者 robots.txt 文件的时候使用。

沙盒效应(sandbox effect) 搜索营销专家所使用的非正式名字，用来描述 Google 和其他搜

索引引擎处理新站点的方法。它们会对那些链接流行度迅速攀升的网站进行冷处理。网页可以展现它要的内容，但会被放在“沙箱”里面，而对任何搜索请求都不会得到最高排名。如果其后来的流行度经过一段时间还保持不变，或者逐渐上升，那么搜索引擎就开始取消冷处理并且给链接流行度更高的权重，使得搜索排名上升。

蜘蛛程序(spider) 就是爬行程序，是搜索引擎的一部分，负责在互联网上定位和收录网页，这样能够响应搜索者的请求。成功的搜索引擎营销取决于爬虫程序能够发现网站上几乎所有的网页

蜘蛛程序通道(spider paths) 是用于站点导航的轻松通道，例如站点地图，分类地图，国家地图，或者在关键网页底部的文本链接。蜘蛛通道包括任何能使蜘蛛程序轻松找到你站点所有网页的方法。

蜘蛛程序陷阱(spider trap) 蜘蛛程序陷阱是阻止蜘蛛程序爬行网站的障碍物，通常源于那些网页显示的技术方法，这些手段能很好地配合浏览器，但对蜘蛛程序就构成了阻碍。蜘蛛陷阱包括 JavaScript 下拉菜单以及有些种类的重定向。

标签(tag) 一种在文件在中有明确含义的标记文本的方法，目的是使计算机对文本排版和查询能够更加方便。诸如 HTML 的标识语言允许内容作者通过指明文件要素的标签来“修饰”部分的文本。例如，标题标签 (<title>关于我们的公司</title>) 确定了网页的标题。

临时重定向(temporary redirect) 也就是 302 重定向，一条对网站浏览的指令，用来显示与浏览器所要求显示的不同的网址，当网页网址发生短期的变化时使用。临时重定向是搜索引擎能够正确处理的一种服务器端重定向。

流量(traffic) 网站评测属术语，被用来描述网站的访问数量。网站评测会频繁地分析流量的增减，并且它们通常会评估搜索营销通过搜索引擎来访问的成功。

World Wide Web 也称为全球网或者万维网，或者简单成为“网络”或者互联网，是一种彼此相互链接的网页所形成的网络，这些网页展示内容或者允许网络访客和拥有网站的组织之间彼此发生互动。

XML 可扩展标记语言(extensible Markup Language) 的缩写，一种标记语言的标准和 HTML 相类似，允许标签被定义来描述任何种类的数据，使得它作为数据源非常流行。

主编：[点石团队](#)