



请描述您遇到的问题



登录

Search Console 帮助

搜索引擎优化 (SEO) 入门指南

本指南的适用对象

如果您通过 Google 搜索运营、管理或推广在线内容，或通过在线内容获利，则本指南对您适用。如果您是业务快速发展的商家、拥有十几个网站的网站站长、网络代理方面的 SEO 专家，或者是对搜索机制具有强烈兴趣的 DIY SEO 达人，则本指南也适用于您。如果您有兴趣根据我们的最佳做法对 SEO 基础知识进行全面了解，那么本指南同样适用于您。本指南不会提供任何可让您的网站在 Google 中自动排位第一的秘诀（抱歉！），但是如果您遵循下面列出的最佳做法，则有望让搜索引擎更容易抓取、理解您的内容并将其编入索引。

搜索引擎优化 (SEO) 通常是指对网站的各个部分进行细微的修改。单独来看，这些修改可能只是逐步细微的改进，但与其他优化结合起来后，则可能会对您的网站在自然搜索结果中的用户体验和效果产生显著影响。您可能早已熟悉本指南中的许多主题，因为它们是所有网页的基本要素，但您可能并未充分利用它们。

您应该对网站进行优化，以满足用户需求。您的其中一个用户便是搜索引擎，它可以帮助其他用户发现您的内容。搜索引擎优化是指帮助搜索引擎了解和呈现内容。您的网站可能比我们的示例网站更简单或更复杂，并且呈现的内容可能截然不同，但我们下面讨论的优化主题对于所有大小和类型的网站均适用。我们希望本指南在如何改进网站方面能够给您带来一些全新的理念，同时也希望您在 [Google 网站站长帮助论坛](#)¹ 积极分享您的问题、反馈和成功案例。

希望您会喜欢本指南的内容，并通过 Google 支持论坛分享您的反馈。

欢迎随时以适当的方式保存、打印或再次分享本指南：让我们携手共同提高网站的质量。

祝阅读愉快！

此致

Google 搜索质量团队敬上

目录

[预备知识](#)

[帮助 Google 找到您的内容](#)

[告诉 Google 不应抓取哪些页面](#)

[帮助 Google（和用户）了解您的内容](#)

[管理您的网页在 Google 搜索结果中的显示效果](#)

[组织您的网站层次结构](#)

[优化您的内容](#)

[优化您的图片](#)

[构建适合移动设备的网站](#)

[推广您的网站](#)

[分析搜索效果和用户行为](#)

[附录：本文件中引用的链接网址](#)

预备知识

术语库

以下简要术语表包含了本指南中使用的重要术语：

- **索引** - Google 会将其知悉的所有网页存储在其“索引”中。每个网页的索引条目描述了该网页的内容和位置（网址）。编入索引是指当 Google **抓取**、读取网页并将其添加到索引的过程。例如：Google 今天已将我网站上的几个网页编入索引。
- **抓取** - 寻找新增网页或已更新网页的过程。Google 会通过跟踪链接、读取站点地图或其他各种方式来发现网址。Google *通过抓取网页来寻找新增网页，然后（在适当的时候）将网页编入索引。*
- **抓取工具** - 从网络中抓取（提取）网页并将网页编入索引的自动化软件。
- **Googlebot** - Google 抓取工具的通用名称。Googlebot *会持续不断地抓取网页。*
- **SEO** - 搜索引擎优化：使您的网站更易于搜索引擎抓取和编入索引的过程。也可指从事搜索引擎优化的人的职位名称，例如：我们刚刚聘请了新的 SEO 来提升我们在网络上的曝光度。

您的网站是否会显示在 Google 搜索结果中？

确定您的网站是否在 Google 的索引中 - 请针对您网站的首页网址执行“site:”搜索。如果您能看到结果，则表明您的网站在索引中。例如，搜索“site:wikipedia.org”将返回[这些结果](#)²。

如果您的网站不在 Google 中 - 虽然 Google 可抓取数十亿网页的内容，但遗漏部分网站也在所难免。造成抓取工具遗漏网站的常见原因如下：

- 网站未与网络上的其他网站紧密关联
- 您刚刚推出新的网站，Google 还没来得及抓取它
- 网站的设计致使 Google 很难有效抓取其中的内容
- Google 在尝试抓取网站时遇到问题
- 您的政策阻止 Google 抓取网站

如何让我的网站显示在 Google 搜索结果中？

让网站纳入 Google 搜索结果完全免费，且操作简单，甚至不需要向 Google 提交网站。Google 是一个全自动搜索引擎，它使用网页抓取工具持续抓取网页，以便查找可添加到 Google 索引中的网站。实际上，显示在 Google 搜索结果中的大多数网站都不是手动提交供纳入索引的，而是 Google 在抓取网页时找到并自动添加的。[了解 Google 如何发现、抓取和呈现网页](#)³。

我们提供了[网站站长指南](#)⁴，以帮助网站站长构建方便 Google 处理的网站。虽然我们无法保证我们的抓取工具一定能够找到某个特定网站，但遵循这些指南应该可以使您的网站显示在我们的搜索结果中。

Google Search Console 提供了一系列工具，以协助您向 Google 提交内容，并监测您的网站/移动应用在 Google 搜索结果中的曝光度。如果您愿意，当 Google 在抓取您网站的过程中发现任何严重问题时，Search Console 甚至可以向您发送提醒。[注册 Search Console](#)⁵。

首先您需要问自己以下几个有关您的网站的基本问题。

- 我的网站是否会显示在 Google 搜索结果中？
- 我是否为用户提供了高品质的网站内容？
- 我的本地商家是否会显示在 Google 搜索结果中？

- 我的网站内容是否能让使用各种设备的用户轻松快速地找到？
- 我的网站是否安全？

您可以在 <http://g.co/webmasters>⁶ 上找到其他入门信息

本文档其余部分介绍了如何优化您的网站以方便搜索引擎抓取（按主题整理）。您可以从 <http://g.co/WebmasterChecklist>⁷ 下载并打印一份简要的提示核对清单。

您是否需要 SEO 专家？

SEO（“搜索引擎优化”）专家是指能提高网站在搜索引擎中的曝光度的专业人员。如果按照本指南循序渐进学习，您将学到优化网站所需的足够知识。此外，您可能也会考虑聘用一位 SEO 专业人员帮助您审核网页。

聘用 SEO 是一项重大决定，这有可能改善您的网站并节省时间。在研究聘用 SEO 可能带来的益处的同时，也务必考虑到不负责任的 SEO 可能会给您的网站带来的损害。很多 SEO 及其他代理机构和顾问会为网站所有者提供实用的服务，包括：

- 审核您网站的内容或结构
- 网站开发技术建议：如托管、重定向、错误页、JavaScript 的使用
- 内容开发
- 在线业务开发活动管理
- 关键字研究
- SEO 培训
- 有关特定市场和地理位置的专业知识

在开始寻求聘用 SEO 之前，您不妨学习一些基本知识，熟悉搜索引擎的工作原理。建议您阅读本指南全部内容，尤其是以下资料：

- [Google 101：Google 如何抓取网页、将网页编入索引和呈现网页](#)⁸
- [Google 网站站长指南](#)⁹
- [如何聘用 SEO](#)¹⁰

如果您考虑聘用 SEO，那么越早聘用越好。您打算重新设计网站或启动新网站时是聘用 SEO 的最佳时机。如此一来，您和您的 SEO 就能确保网站的整体设计均便于搜索引擎处理。此外，优秀的 SEO 还能帮助您改进现有网站。

有关聘用 SEO 的需求以及注意事项的详细说明，请参阅帮助中心文章“[您是否需要 SEO](#)”¹¹

帮助 Google 找到您的内容

要让网站显示在 Google 搜索结果中，首要步骤便是确保 Google 能够找到它。最好的办法是提交站点地图。站点地图是网站上的一种文件，可告知搜索引擎网站上新增了网页或有更新的网页。[详细了解如何构建和提交站点地图](#)¹²。

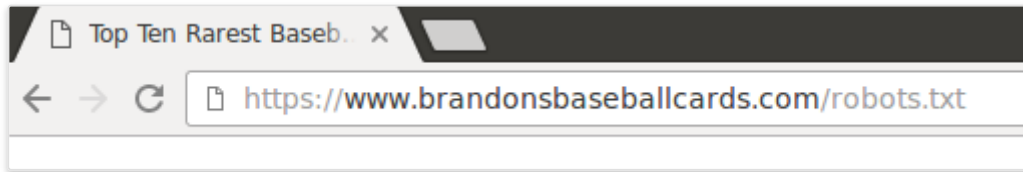
Google 还会通过其他网页上的链接找到网页。请参阅后文“宣传您的网站”，了解如何吸引用户发现您的网站。

告诉 Google 不应抓取哪些页面

最佳做法

若为非敏感信息，则可以使用 robots.txt 阻止不必要的抓取

“robots.txt”文件会告诉搜索引擎它们是否可以访问您网站的各个部分并执行抓取。此文件必须命名为“robots.txt”，且应位于网站的根目录下。被 robots.txt 阻止的网页也可能被抓取，因此您应使用更安全的方法保护敏感网页。



您可能不希望网站的某些页面被抓取，因为这些页面显示在搜索引擎的搜索结果中可能对用户无用。如果您希望阻止搜索引擎抓取您的网页，Google Search Console 可提供便捷的 robots.txt 生成器帮助您创建此文件。请注意，如果您的网站使用了子域名，并且您希望 Google 不要抓取特定子域名上的某些网页，那么您必须为该子域名单独创建一个 robots.txt 文件。要详细了解 robots.txt，建议您参阅网站站长帮助中心内的[使用 robots.txt 文件](#)¹³指南。

[了解其他几种阻止内容显示在搜索结果中的方法](#)¹⁴。

应避免的做法：

- 不要让 Google 抓取内部搜索结果页。用户不喜欢点击搜索引擎结果后却登录到您网站上的其他搜索结果页。
- 允许抓取由代理服务器创建的网址。

若为敏感信息，则请使用更安全的方法

要阻止用户访问敏感或机密信息，Robots.txt 并不是一个适当或有效的方式。它只会告知运行良好的抓取工具不要抓取相应网页，却不会阻止您的服务器将这些网页发送给请求它们的浏览器。其中一个原因是：如果互联网上的某处（例如引荐来源网址日志）恰好存在指向这些被禁止访问的网址的链接，那么搜索引擎仍然能够引用这些网址（仅显示网址，但不显示标题或摘要）。此外，未同意遵守《漫游器排除标准》的不合规搜索引擎或流氓搜索引擎可能会违反您的 robots.txt 文件中的指令。最后，用户可能会出于好奇查看您的 robots.txt 文件中的目录或子目录，并猜测您不想被看见的内容的网址。

在这些情况下，如果您只是希望网页不显示在 Google 中，则可使用 noindex 标记，无需担心任何用户会通过链接访问该网页。然而，为了做到真正的安全，您应该使用合适的授权方法（例如需要用户密码才能访问）或将网页从网站上彻底移除。

帮助 Google（和用户）了解您的内容

让 Google 以用户视角查看网页

当 Googlebot 抓取网页时，它应[以与普通用户相同的方式查看该网页](#)¹⁵。为了实现最佳的呈现和索引编制效果，请始终允许 Googlebot 访问您网站所用的 JavaScript、CSS 和图片文件。如果您网站的 robots.txt 文件禁止抓取这些资源，会直接对我们的算法呈现您的内容及将其编入索引的效果产生负面影响，进而导致您的网站排名降低。

建议采取的措施：

- 使用 [Google 抓取工具](#)¹⁶，确保 Googlebot 能够抓取您的 JavaScript、CSS 和图片文件。该功能可让您确切地了解 Googlebot 所看到的内容以及它会如何呈现这些内容，有助于您找出网站上存在的许多索引编制问题并进行修复。
- 使用 Google Search Console [检查和测试您的 robots.txt](#)¹⁷。

创建唯一且准确的网页标题

`<title>` 标记可告诉用户和搜索引擎特定网页的主题是什么。`<title>` 标记应放置在 HTML 文档的 `<head>` 元素中。您应该为网站上的每个网页创建一个唯一标题。

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards,
Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's
Baseball Cards provides a large selection of
vintage and modern baseball cards for sale. We
also offer daily baseball news and events.">
</head>
<body>
```

在搜索结果中创建恰当的标题和摘要

如果您的文档显示在搜索结果页中，则标题标记的内容可能会显示在结果的第一行（如果您不熟悉 Google 搜索结果的各个部分，则建议查看[搜索结果视频解析](#) (The anatomy of a search result)¹⁸，以及本 Google 搜索结果页实用图表）。

首页标题可列出网站/商家的名称，并可包含其他重要信息，例如商家的实际营业地点，或者其主营业务或产品。

最佳做法

准确描述网页内容

选择一个读起来自然且能有效传达网页内容主题的标题。

应避免的做法：

- 选择与网页内容无关的标题。
- 使用默认或模糊标题，例如“无标题”或“新增网页 1”。

为每个网页创建唯一标题

网站上的每个页面最好具有唯一标题，这有助于 Google 了解该页面与您网站上其他页面的区别。如果网站具有独立的移动版网页，也请为移动版网页使用恰当的标题。

应避免的做法：

- 为网站所有页面或大量页面使用单一标题。

使用简短但描述准确的标题

标题应简短而信息丰富。如果标题太长或被认为不太相关，那么 Google 可能只会显示其中的一部分或在搜索结果中自动生成的标题。Google 还可能根据用户的查询或搜索时所用设备显示不同的标题。

应避免的做法：

- 使用对用户来说不实用的冗长标题。
- 在标题标记中填充不需要的关键字。

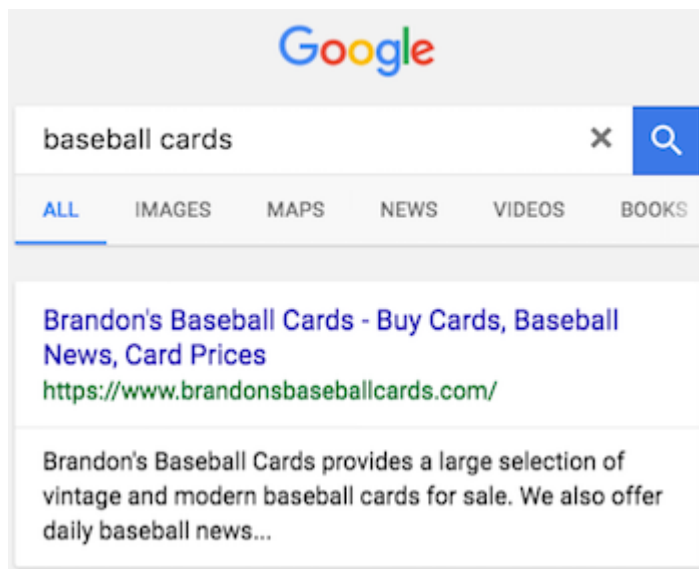
使用说明元标记

网页的说明元标记可让 Google 和其他搜索引擎了解该网页的大致内容。网页的标题可以是几个词或一个短语，而网页的说明元标记则可以是一两个句子或是一小段话。Google Search Console 提供了一份方便的“HTML 改进”报告，该报告会列出任何存在问题的说明元标记，例如过短、过长或重复使用多次的说明元标记（我们也会提供 `<title>` 标记的同样信息）。与 `<title>` 标记一样，说明元标记也位于 HTML 文档的 `<head>` 元素中。

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards,
Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's
Baseball Cards provides a large selection of
vintage and modern baseball cards for sale. We
also offer daily baseball news and events.">
</head>
<body>
```

说明元标记有哪些好处？

说明元标记很重要，因为 Google 可能会将其用作您网页的摘要。请注意，我们说的是“可能”，因为 Google 也可能选择使用网页可见文本的相关部分（如果该部分能很好地匹配用户查询的话）。为每个网页添加说明元标记始终是一种非常好的做法，因为这样可以防止 Google 找不到要在摘要中使用的恰当文字。网站站长中心博客提供了关于[通过更精准的说明元标记改进搜索结果摘要](#)¹⁹以及[为用户提供更精准的搜索结果摘要](#)²⁰的详实帖子。我们的帮助中心还提供了一篇实用的关于[如何创建恰当的标题和摘要](#)²¹的文章。



最佳做法

准确总结网页内容

如果您的说明元标记可在搜索结果中以摘要形式向用户显示，则请编写一份既能告知用户相关信息又能引起用户兴趣的说明。虽然说明元标记中的文本没有最少或最多字数限制，但我们建议您确保其长度足以完全显示在搜索结果中（请注意，用户可能会看到不同大小的摘要，具体取决于用户搜索时所用的方式和设备），并且包含用户确定该网页是否有用以及是否与其搜索内容相关所需的所有相关信息。

应避免的做法：

- 编写与网页内容无关的说明元标记。

- 使用“这是一个网页”或“与棒球卡相配的网页”等通用说明。
- 仅使用关键字填写说明。
- 将整个文档复制并粘贴到说明元标记中。

为每个网页使用唯一的说明

为每个网页使用不同的说明元标记对用户和 Google 都有帮助，尤其是当用户的搜索可能会使您网域上的多个网页显示在搜索结果中时（例如，使用 `site:` 运算符进行搜索）。如果您的网站有数千个甚至数百万个网页，那么手动构建说明元标记的方式可能不可行。在这种情况下，您可以根据每个网页的内容自动生成说明元标记。

应避免的做法：

- 为网站所有页面或大量页面使用单一说明元标记。

使用标题标记强调重要文字

由于标题标记中的文字往往比网页上的普通文字大，这种视觉提示可告知用户这些文字很重要，并可帮助用户了解标题文字下面的内容类型。按顺序使用多种大小的标题可为您的内容创建层次结构，便于用户浏览文档。

最佳做法

设想您正在编写大纲

与为大型文章编写大纲相似，您可以想想网页内容的要点和次要点是什么，这将有助于决定在何处使用标题标记。

应避免的做法：

- 在标题标记中放置对定义网页结构无用的文字。
- 在 `` 和 `` 等其他标记更合适的地方使用标题标记。
- 毫无规律地使用不同大小的标题标记。

在网页上谨慎使用标题

应在合适的位置使用标题标记，因为如果网页上的标题标记过多，用户将难以浏览内容，也难以确定主题的起止位置。

应避免的做法：

- 在网页上过度使用标题标记。
- 标题过长。
- 仅出于为文字添加样式（而非为了呈现结构）的目的使用标题标记。

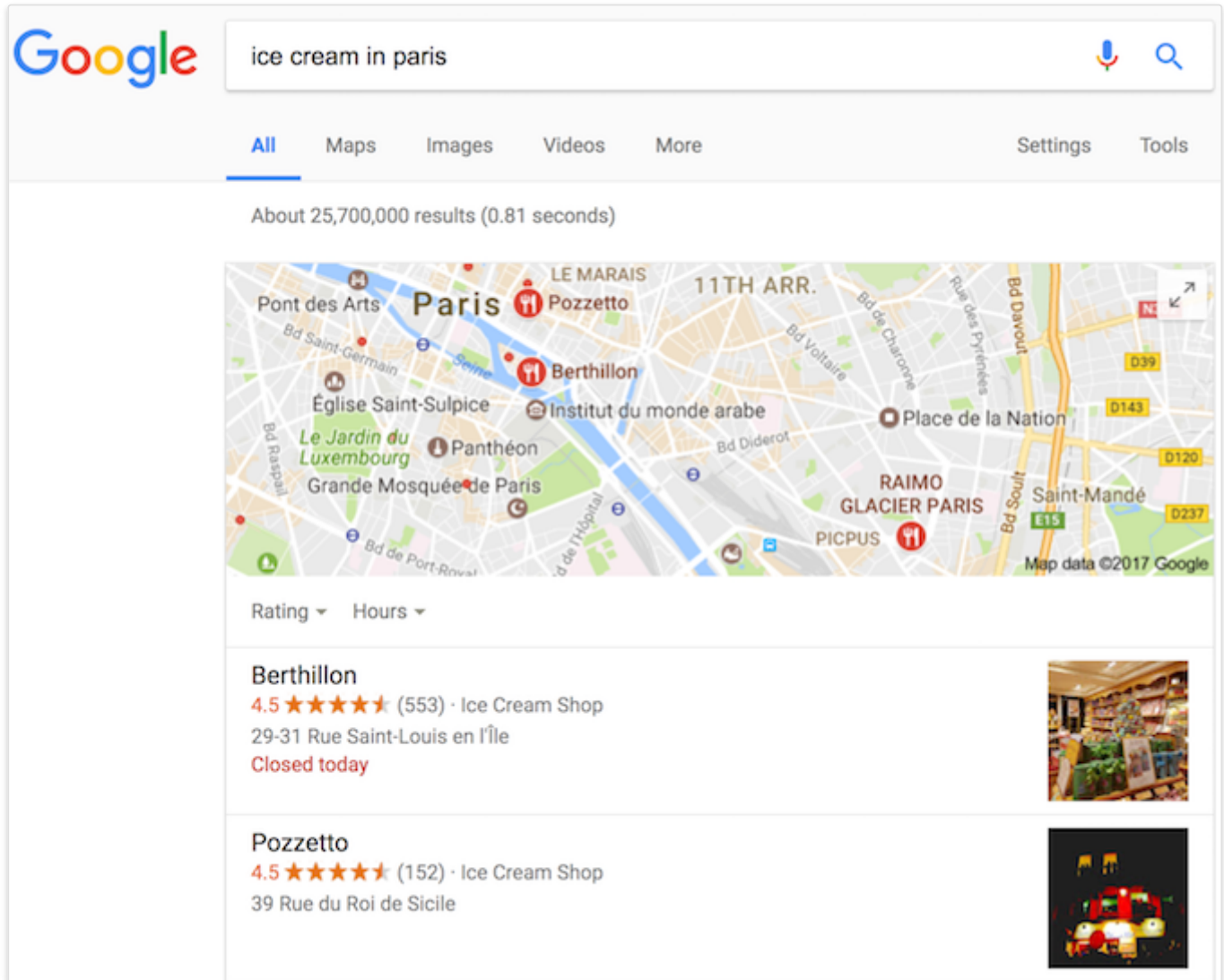
添加结构化数据标记

[结构化数据](#)²²是可以添加到您网站页面的代码，用于向搜索引擎描述您的内容，以便其更好地了解您网页上的信息。搜索引擎可以利用这种理解在搜索结果中以有用的（且吸引用户的）方式显示您的内容。这也有助于您吸引到适合您业务的客户。

[Bianchi Specialissima X-4 | The vintage bicycle store](http://www.example.com/vintate-bikes/Bianchi/Specialissima-X-4.html)
<http://www.example.com/vintate-bikes/Bianchi/Specialissima-X-4.html> ▼
★★★★★ Rating: 4.9 - 5 reviews - \$2700.00
Exclusive to the Vintage Bicycle Store — excellent condition 1980s Bianchi Specialissima X-4. Fully functional, custom engravings, original parts...

例如，如果您有一个网店并且标记了一个单独的产品页面，这将帮助我们了解该页面主要显示自行车、自行车价格以及客户评价。我们可能会在相关查询的搜索结果的摘要中显示这些信息。我们将其称之为“富媒体搜索结果”。

除了使用结构化数据标记来实现富媒体搜索结果外，我们还可能会使用结构化数据来提供其他格式的相关结果。例如，如果您拥有一家实体店，标记营业时间可让潜在客户在需要时准确找到您，并能让他们知道在他们搜索之时您的店是否在营业。



您可以标记许多与业务相关的实际信息：

- 所销售的产品
- 营业地点
- 与产品或业务有关的视频
- 营业时间
- 活动信息
- 食谱
- 您公司的徽标等等！

请在我们的开发者网站中查看受支持的内容类型的完整列表²³。

我们建议您使用结构化数据和任何受支持的符号标记来说明您的内容。您可以在网页的 HTML 代码中添加标记，也可以使用[数据标注工具](#)²⁴和[结构化数据标记助手](#)²⁵等工具（请参阅最佳做法部分了解有关这些工具的详细信息）。

最佳做法

使用结构化数据测试工具检查您的标记

标记内容后，您可以使用 [Google 结构化数据测试工具](#)²⁶ 来确保实现中没有错误。您可以输入内容所在的网址，也可以复制包含标记的实际 HTML 代码。

应避免的做法：

- 使用无效标记。

使用数据标注工具

如果想在更改网站源代码的情况下尝试给出结构化标记，则可以使用数据标注工具，这是一款集成在 Search Console 中的支持一系列内容类型的免费工具。

如果想准备好标记代码以复制并粘贴到您的网页中，您可以尝试使用结构化数据标记助手工具。

应避免的做法：

- 在对标记实现还没有把握的情况下更改网站的源代码。

跟踪已标记页面的表现

Search Console 中提供的[结构化数据报告](#)²⁷ 会显示以下信息：我们在您的网站上检测到了多少带有特定类型标记的页面，它们在搜索结果中出现了多少次，以及用户在过去 90 天里点击了它们多少次。该报告还会显示我们检测到的所有错误。

应避免的做法：

- 添加用户无法看不到的标记数据。
- 制作虚假评论或添加无关标记。

管理您的网页在 Google 搜索结果中的显示效果

网页上正确的结构化数据还能让您的页面有资格使用搜索结果中的许多特殊功能，包括评价星标、外观精美的搜索结果等。[请参阅您的网页有资格使用的搜索结果类型图库](#)²⁸。

组织您的网站层次结构

了解搜索引擎如何使用网址

搜索引擎需要每部分内容都有一个独一无二的网址，以便能够抓取该内容并将其编入索引，从而在用户搜索时向他们呈现这些内容。不同内容（例如某个商店中的不同产品）以及修改后的内容（例如某内容的翻译版本或地区性版本）需要使用单独的网址才能在搜索结果中得到恰当的展示。

网址通常分为多个不同的部分：

<协议>://<主机名>/<路径>/<文件名>?<查询字符串>#<片段>

例如：

<https://www.example.com/RunningShoes/Womens.htm?size=8#info>

Google 建议所有网站尽可能都使用 https://。主机名是网站的托管之处，通常所使用的域名与您用于电子邮件的域名相同。Google 会区别对待包含“www”的版本或不包含“www”的版本（例如“www.example.com”或仅仅是“example.com”）。将网站添加到 Search Console 时，建议您同时添加以 http:// 开头的版本和以 https:// 开头的版本，以及包含“www”的版本或不包含“www”的版本。

大写的字母，以及包含 www 的域名或不含 www 的域名。

路径、文件名和查询字符串决定了要访问服务器上的哪些内容。这三个部分区分大小写，因此，使用“FILE”与使用“file”将得到不同的网址。主机名和协议不区分大小写，因为大小写不会产生任何影响。

片段（本例中为“#info”）通常用于标识浏览器应滚动到页面的哪个部分。由于不管片段是什么，内容本身通常是一样的，因此，搜索引擎常常会忽略所使用的片段。

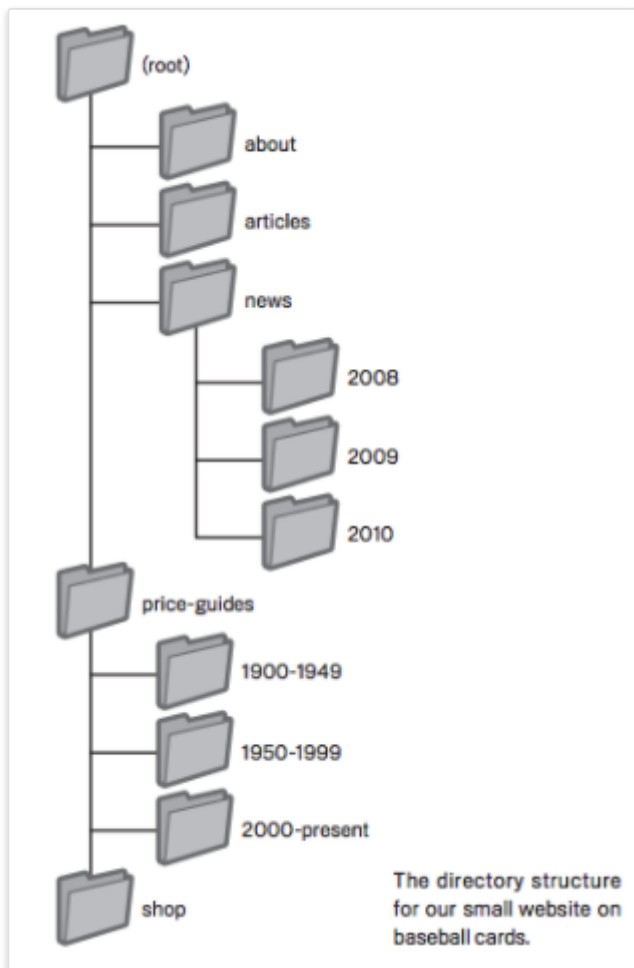
指向首页时，主机名后的结尾斜线是可选的，因为有无该斜线都将指向相同的内容

（“https://example.com/”与“https://example.com”的效果相同）。对路径和文件名而言，结尾斜线的存在与否将产生不同的网址（斜线可指明是文件还是目录），例

如，“https://example.com/fish”与“https://example.com/fish/”并不相同。

导航对搜索引擎非常重要

网站导航对于帮助访问者快速找到所需内容非常重要，它也可以帮助搜索引擎了解哪些是网站站长认为重要的内容。虽然 Google 的搜索结果是在页面级别提供的，但 Google 也希望了解页面在网站这个更大层面上的角色。



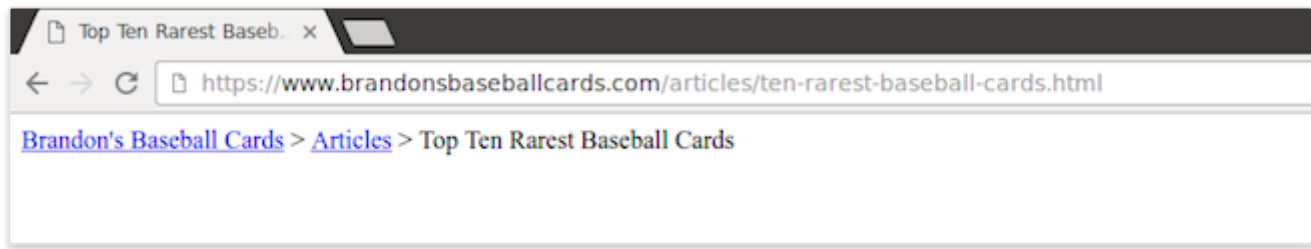
根据首页规划导航

所有网站都有首页或“根”网页，这通常是网站上很多访问者最常访问的页面，是他们在网站中导航的起点。除非您的网站只有极少量的页面，否则您应该考虑访问者将如何从一个内容宽泛的页面（根网页）转到包含更加具体的内容的页面。围绕特定主题的页面是否多到需要创建一个页面来介绍这些相关的页面（例如，根网页 -> 相关主题列表 -> 特定主题）？您是否有数百种不同的产品，需要分类到多个类别页面和子类别页面中？

使用“面包屑导航列表”

面包屑导航是位于页面顶部或底部的一行内部链接，可让访问者快速返回上一版块或根网页。许多面包屑导航

都将内容最宽泛的页面（通常为根网页）设置为最左边的首个链接，并在右侧列出更具体的版块。建议在显示面包屑导航时使用**面包屑导航结构化数据标记**²⁹。



为用户创建简洁的导航页

导航页是网站上显示网站结构的一个简单页面，通常包含网站页面的分层列表。如果在网站上查找页面时遇到问题，访问者可能会访问此页面。虽然搜索引擎也会访问此页面，以便使抓取范围尽量覆盖网站的全部页面，但其主要对象还是人类访问者。

最佳做法

创建自然流畅的层次结构

让用户尽可能方便地从网站上的宽泛内容转到他们所需的更加具体的内容。在必要时增加导航页，并有效地将这些纳入到内部链接结构中。确保网站上的所有页面都可通过链接访问，并且不需要内部“搜索”功能便可找到。在适当情况下，链接到相关的页面，方便用户发现相似的内容。

应避免的做法：

- 创建复杂的导航链接网页，例如将网站上的每个页面链接到其他页面。
- 过度拆分内容（以至于从首页点击 20 次后才能访问目标内容）。

使用文字进行导航

通过文字链接控制网站页面之间的大部分导航，可使搜索引擎更容易抓取和理解您的网站。使用 JavaScript 创建页面时，请使用“a”元素，将网址用作“href”属性值，并在页面加载时生成所有菜单项，而不是等待用户互动时生成。

应避免的做法：

- 创建完全以图片或动画为基础的导航。
- [导航要求使用以脚本或插件为基础的事件处理功能](#)³⁰。

为用户创建导航页，为搜索引擎创建站点地图

为方便用户使用，您可以为整个网站或最重要的页面（如果您有成百上千个页面）提供一个简洁的导航页。同时，创建一个 XML 站点地图文件，确保搜索引擎能够发现网站上的新增页面和更新页面，文件中要列出所有相关网址及其主要内容的最后修改日期。

应避免的做法：

- 任由导航页内容过期、链接损坏。
- 创建一个只是简单罗列页面而不加以整理（例如按主题）的导航页。

显示实用的 404 页面

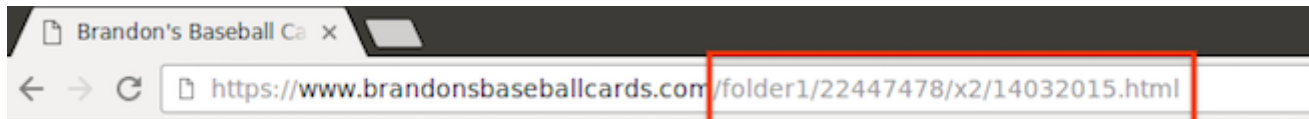
如果点击了损坏的链接或输入了错误的网址，用户偶尔会遇到网站上不存在的网页。使用[自定义 404 页面](#)³¹可友好地引导用户返回网站上的正常页面，从而大大提升用户的体验。您的 404 页面最好包含可以返回根网页的链接，还可以提供指向您网站上热门内容或相关内容的链接。您可以使用 Google Search Console 找出[导致“未找到”错误的网址来源](#)³²。

应避免的做法：

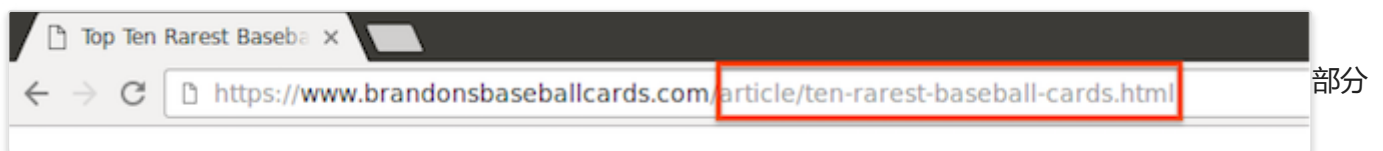
- 允许搜索引擎将您的 404 页面编入索引（确保您的网络服务器配置为：当请求访问不存在的页面时，返回 404 HTTP 状态代码；如果是使用 JavaScript 的网站，则包含 noindex 漫游器元标记）。
- 通过 robots.txt 文件阻止抓取 404 页面。
- 仅提供模糊的消息，例如“未找到”、“404”或根本没有 404 页面。
- 404 页面使用的设计与网站其他部分的设计不一致。

简洁网址易于传达内容信息

为网站上的文档创建描述性类别和文件名，不仅可以帮助您更好地组织网站，而且可以为希望链接到您的内容的用户创建更简单、“更友善”的网址。如果网址极为冗长，含义模糊，并且包含很少的可识别字词，访问者可能会被吓到。



上图所示的网址便不够友善，并且可能让人感到困惑。用户将难以创建指向它的链接。



用户可能会将该网页的网址用作定位文字来链接到您的网页。如果网址包含相关字词，则与 ID 或奇怪的命名参数相比，能够为用户提供更多有关该网页的信息。

在搜索结果中显示网址

最后需要注意的是，文档的网址通常显示在文档标题下方的 Google 搜索结果中。

Google 擅长抓取所有类型的网址结构（即使它们相当复杂），但花时间尽量让您的网址变得简单才是上策。

最佳做法

在网址中使用字词

若网址具有与网站内容以及结构相关的字词，则对浏览您网站的访问者来说更为友善。

应避免的做法：

- 使用含有不必要的参数和会话 ID 的冗长网址。
- 使用普通的网页名称，例如“page1.html”。
- 使用过多的关键字，例如“baseball-cards-baseball-cards-baseballcards.htm”。

创建简单的目录结构

使用可有效组织内容的目录结构，让访问者轻松知晓其在网站上的位置。尝试使用目录结构指明在该网址中找到的内容类型。

应避免的做法：

- 具有深层嵌套的子目录，例如“.../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/page.html”。
- 使用与其内容无关的目录名称。

提供一个版本的文档访问网址

为了防止用户链接到一个版本的网址而其他用户链接到不同的版本（这可能会在网址之间拆分该内容的声誉），请注意在网页结构和内部链接中使用和引用一个网址。如果发现用户通过多个网址访问相同的内容，那么设置从非首选网址到主导网址的 [301 重定向](#)³³ 则是一个很好的解决方案。如果无法重定向，您还可以使用规范网址或 `rel="canonical"`³⁴ link 元素。

应避免的做法：

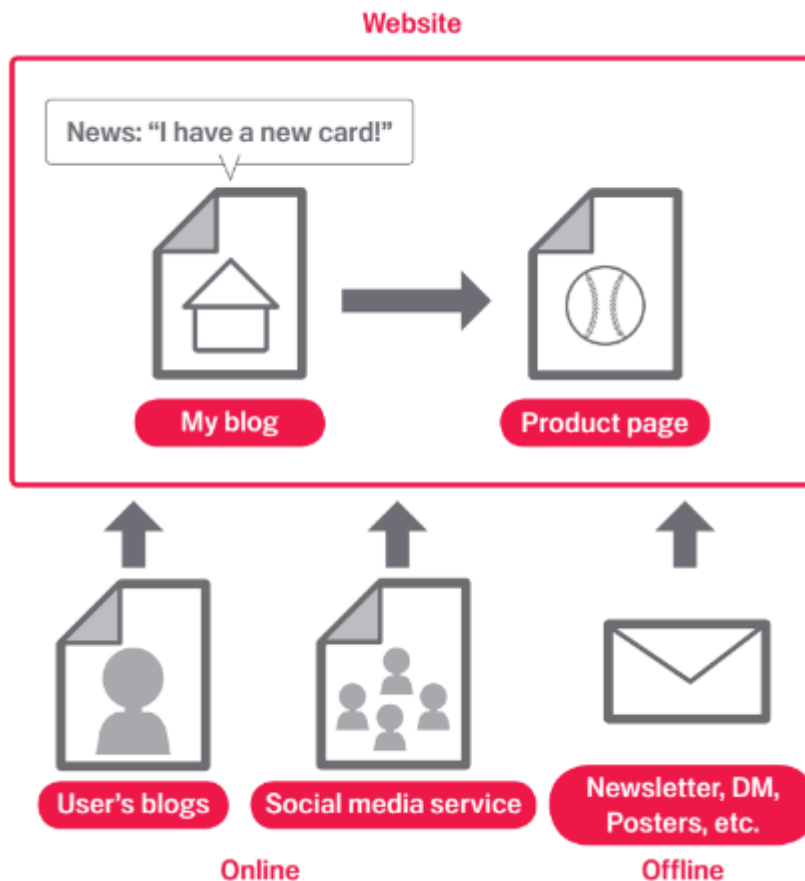
- 让子域和根目录的网页访问相同内容，例如“domain.com/page.html”和“sub.domain.com/page.html”。

优化您的内容

让网站有趣实用

创建吸引力与实用性兼具的内容对您网站的影响可能比这里讨论的其他任何因素都大。用户看到此类内容便知道其是优质内容，并且可能乐意推荐其他用户访问此类内容。他们可能通过博文、社交媒体服务、电子邮件、论坛或其他方式进行推荐。

自然的口碑有助于您的网站在用户和 Google 中建立声誉，而没有优质的内容很少能够产生自然的口碑。



了解读者所想（并提供给他们）

思考用户找到您的内容时可能用到的搜索字词。与对相关主题比较陌生的用户相比，非常了解该主题的用户可能在搜索查询中使用不同的关键字。例如，资深足球迷可能会搜索 [fifa]（Fédération Internationale de Football Association 的缩写），而新粉丝则可能会使用更为常规的查询，如 [足球季后赛]。在撰写内容（组合使用恰当的关键字短语）时预测搜索行为的这些差异并纳入考虑范畴，可能会产生积极的影响。Google AdWords 提供了便利的[关键字规划师](#)³⁵，可帮助您发现新的关键字变体并了解每个关键字的大概搜索量。此外，Google Search Console 还在[“搜索分析”报告](#)³⁶中提供了在搜索结果中显示您网站的热门搜索查询以及将最多用户引导至您网站的搜索查询。

考虑创建一项还没有其他网站提供的实用新服务。您还可以撰写原创研究内容，爆料吸引眼球的新闻报道，或利用您的独特用户群。其他网站可能缺乏这样做的资源或专业知识。

最佳做法

撰写简单易懂的文字

用户喜欢文笔优秀、易于理解的内容。

应避免的做法：

- 编写的文章马虎草率，有许多拼写和语法错误。
- 文笔欠佳。
- 在图片和视频中嵌入文本：用户可能想复制和粘贴文本，但搜索引擎无法读取该文本。

合理安排主题结构

合理安排内容结构总是有好处的，以便访问者清楚地知道内容主题从何处开始、另一内容主题从何处结束。将内容划分为符合逻辑的多个语块或部分，可帮助用户更快地找到他们想要的内容。

应避免的做法：

- 将大量不同主题的文字堆砌到网页上，不分隔段落、子标题或布局。

创建新鲜独特的内容

新内容不仅可以让现有访问者群体回头访问，还能吸引新访问者。

应避免的做法：

- 稍加改动（甚至复制）几乎不能为用户带来额外价值的现有内容。
- 网站上到处是重复或近似重复的内容。
- [详细了解重复内容](#)³⁷

针对用户而非搜索引擎优化内容

根据访问者的需求设计网站并确保网站易于搜索引擎访问通常会产生积极的影响。

应避免的做法：

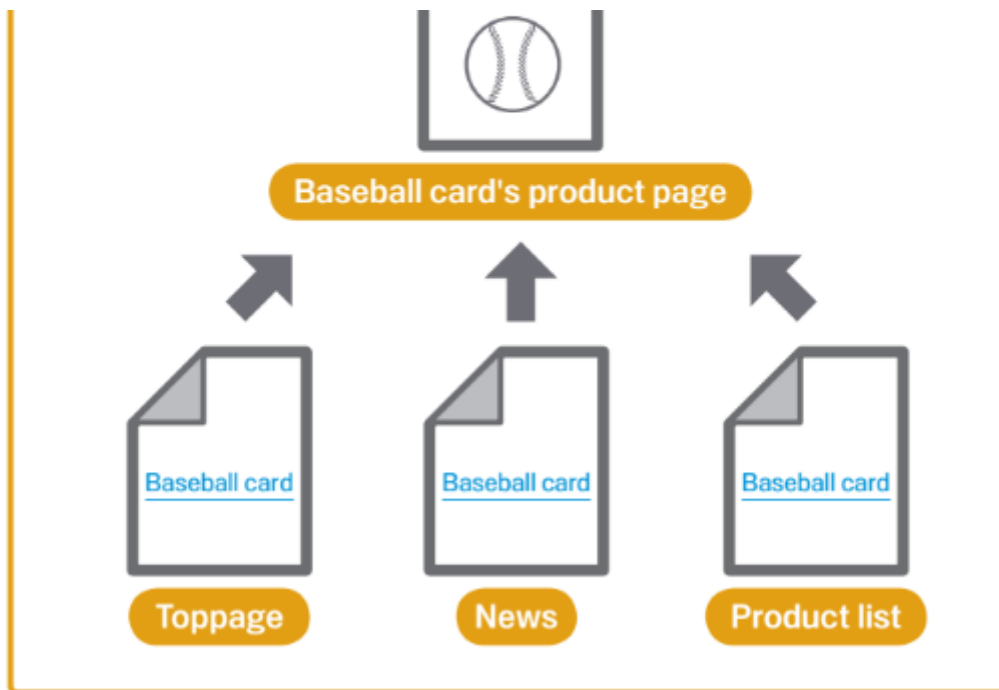
- 插入许多针对搜索引擎的不必要关键字，但这些关键字让用户感到厌烦或对他们毫无意义。
- 含有“用于访问此网页的频繁拼写错误”等对用户几乎没有价值的文本块。
- [欺骗性地对用户隐藏文字](#)³⁸，但对搜索引擎显示这类文字。

明智地使用链接

撰写优质链接文字

链接文字是链接内的可见文字。这类文字会告诉用户和 Google 有关您将链接到的网页的信息。您网页上的链接可能是内部链接，即指向您网站上的其他网页，也可能是外部链接，即引向其他网站上的内容。在这两种情况下，定位文字越优质，用户越容易浏览，Google 也越容易了解将链接到的网页上的内容。





使用适当的定位文字可让用户和搜索引擎轻松了解链接页所包含的内容。

最佳做法

选择描述性文字

您用于链接的定位文字应至少提供对链接到的网页的基本说明。

应避免的做法：

- 使用普通的定位文字，如“网页”、“文章”或“点击此处”。
- 使用与主题或链接到的网页的内容无关的文字。
- 在多数情况下将网页的网址用作定位文字。虽然将网页的网址用作定位文字当然也合情合理，如宣传或引用新网站的地址。

文字简明扼要

尽量使用简短但具有描述性的文字 - 通常是几个字或一个短语。

应避免的做法：

- 撰写很长的定位文字，如一个长句或一小段文字。

设置链接格式，让链接容易识别

让用户能够轻松区分常规文本和链接的定位文字。如果用户没有看到链接或意外点击了它们，您内容的实用性将降低。

应避免的做法：

- 使用 CSS 或文本样式，让链接看起来像常规文本。

将内部链接的定位文字也纳入考虑范围

通常，您可能会考虑链接能否正常指向外部网站的问题，但加大对用于内部链接的定位文字的关注可帮助用户和 Google 更好地在您的网站中导航。

应避免的做法：

- 只针对搜索引擎使用关键字泛滥的定位文字或冗长的定位文字。

- 创建不利于用户在网站中导航的不必要链接。

注意所链接到的网站

您将自己的网站链接至其他网站时，这些网站会沾您的声誉的光。有时，用户会通过您在您网站的评论版块或留言板中添加自己网站的链接来利用这一点。又或者，有时您提及某个网站的方式可能会给其带来负面的影响，但同时您又不希望它因为您的网站的声誉而跟着沾光。例如，假设您正在撰写关于垃圾评论的博文，并且想引用一个最近对您的博客发表了垃圾评论的网站。您想提醒其他人提防该网站，因此，您在自己的内容中加入了指向该网站的链接；但是，您当然不希望这样的链接造成该网站因为您的声誉而跟着沾光。这时候就非常适合使用 `nofollow`。

再举一个例子，在应对小部件链接时，“`nofollow`”属性就会是一个得心应手的工具。如果您使用了第三方小部件以丰富网站的体验及吸引用户，请检查该小部件是否包含您不想随其一起放到网站上的链接。某些小部件可能会向您的网站添加链接，而这些链接并不属于您希望向用户展示的编辑精选内容，这类小部件还可能包含您作为网站站长可能无法控制的定位文字。如果无法从小部件中移除这类垃圾链接，您随时可以使用“`nofollow`”属性来停止跟踪这些链接。如果您为自己提供的功能或内容创建小部件，请务必在默认代码段中将 `nofollow` 包含在链接中。

最后，如果您不希望搜索引擎跟踪页面中的所有链接，您可以在该页面的 `<head>` 标记中添加 `<meta name="robots" content="nofollow">` 标记来实现这一点。您可在[网站站长博客中了解关于漫游器元标记的详细信息](#)³⁹。

使用“nofollow”应对垃圾评论

如果将一个链接的“`rel`”属性的值设置为“`nofollow`”，就等于告诉 Google 不要跟踪您网站上的该链接，该链接指向的网页也不能沾您网页的声誉的光。要想让搜索引擎不跟踪一个链接，需要在该链接的定位文字中添加 `rel="nofollow"`，如下所示：

```
<a href="http://www.example.com" rel="nofollow">此处为定位文字</a>
```

什么时候适合使用此标记？如果您网站上的博客启用了公开评论功能，那么这些评论中的链接可能会将您的声誉传递给某些您可能不愿意为其背书的网页。网页上的博客评论区域很容易出现垃圾评论。不跟踪该区域中用户添加的链接可确保您的网页来之不易的声誉被垃圾网站沾光。

#1 Posted : about a month ago

Watch Despicable Me 3 Full Movie 2017 [putlocker] Online Full HD Despicable Me 3 (2017) or streaming movie Watch now !! Despicable Me 3 English Sub Online Free, Despicable Me 3 with English subtitle full movie, Despicable Me 3 2017 Full Movie Free Streaming Online (720p .. 1080p HD Putlocker) Watch Despicable Me 3 2017 Full.Movie.Online.Free ...

Watch the movie site and read and then download

Movie Facebook Page <http://tinyurl.com/Movie-Facebook-Page>

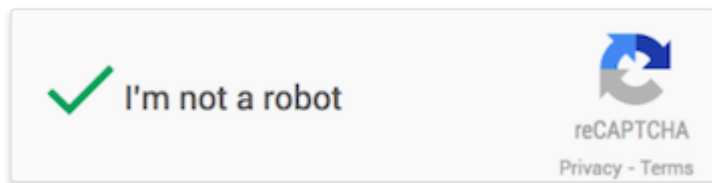
Movie Download 720p <http://tinyurl.com/Movie-Download-720p>

Movie Download 1080p <http://tinyurl.com/Movie-Download-1080p>

自动将“nofollow”添加到评论栏和留言板

许多博客软件包会自动指示搜索引擎不跟踪用户评论中的链接，但那些不提供此功能的博客软件包很可能可以通过手动编辑的方式实现不跟踪。此建议也适用于您网站上可能涉及用户生成的内容的其他区域，例如留言板、论坛、留言板、引荐来源网址列表等。如果您愿意为第三方添加的链接背书（例如，如果在您的网站上某评论是可信的），则无需针对链接使用 `nofollow`；但链接到 Google 认为是垃圾网站的网站可能会影响您自己网站的声誉。网站站长帮助中心提供了[更多关于避免垃圾评论的提示](#)⁴⁰，例如，使用 CAPTCHA 以及启用评论审

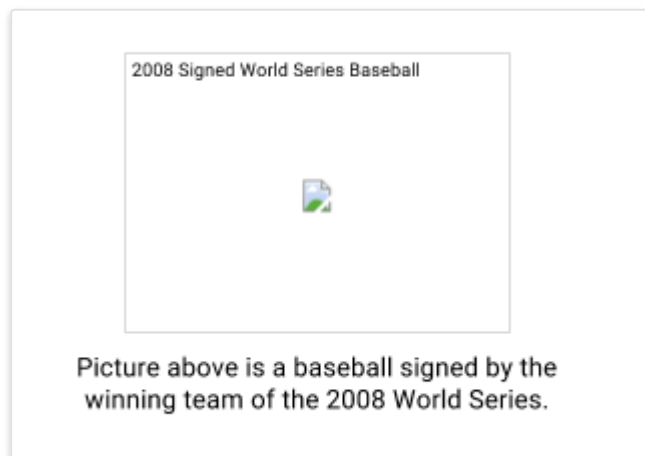
查功能。



优化您的图片

使用“alt”属性

为图片提供描述性文件名和 alt 属性说明。“alt”属性允许您为图片指定替代文字，在图片由于某种原因不能显示时起到救场的作用。



为什么使用此属性？如果用户使用辅助技术（如屏幕阅读器）查看您的网站，则 alt 属性的内容会提供关于图片的信息。

另一个原因是，如果您将图片用作链接，则该图片的替代文字会等同于文字链接的定位文字。但是，如果文字链接可以起到相同的作用，我们建议不要在网站的导航中为链接使用太多图片。最后，优化图片文件名和替代文字可使图片搜索项目（如 Google 图片搜索）更好地理解您的图片。

最佳做法

使用简短但具有描述性的文件名和替代文字

和网页上被视为优化对象的许多其他部分一样，简短但具有描述性的文件名和替代文字是最理想的。

应避免的做法：

- 在可能的情况下使用“image1.jpg”、“pic.gif”、“1.jpg”等宽泛的文件名（如果您的网站有数千张图片，您可能希望将图片的命名工作自动化）。
- 文件名非常长。
- 替代文字中充斥着关键字，或复制粘贴整个句子来作为替代文字。

使用图片作为链接时提供替代文字

如果您决定使用图片作为链接，同时提供替代文字可帮助 Google 更深入地了解您链接到的网页。这就像您为文字链接撰写定位文字一样。

应避免的做法：

- 撰写会被认为是垃圾内容的超长替代文字。
- 网站导航仅使用图片链接。

帮助搜索引擎找到图片

[图片站点地图](#)⁴¹可为 Googlebot 提供更多有关在您网站上找到的图片的信息。这样能够提高在图片搜索结果中看到您的图片的可能性。该文件的结构与您网页的 XML 站点地图文件类似。

使用标准图片格式

使用普遍支持的文件类型 - 大多数浏览器支持 JPEG、GIF、PNG、BMP 和 WebP 图片格式。另外，最好让文件扩展名与文件类型相匹配。

构建适合移动设备的网站

当今世界由移动设备主宰。绝大多数人都是在移动设备上使用 Google 进行搜索。桌面版网站在移动设备上可能不太容易浏览及使用。因此，拥有适合移动设备的网站是提升在线影响力的重要因素。事实上，从 2016 年年底起，[Google 已经开始尝试主要使用移动版网站内容](#)⁴²进行排名、解析结构化数据及生成摘要。

了解设备之间的差异

- **智能手机**：在本文档中，“移动”或“移动设备”指智能手机，例如运行 Android 系统的手机、iPhone 或 Windows Phone。虽然移动设备的屏幕尺寸较小，且在几乎所有情况下，其默认屏幕方向为纵向，但移动浏览器与桌面浏览器类似，都可以呈现各种 HTML5 规格的网页。
- **平板电脑**：我们将平板电脑视为一个单独的设备类别，因此在提及移动设备时，通常不包括平板电脑。相对而言，平板电脑的屏幕要大一些。这意味着，除非您提供针对平板电脑进行了优化的内容，否则用户通过平板电脑浏览网站时，还是希望看到桌面浏览器的显示方式，而非智能手机浏览器的显示方式。
- **多媒体手机**：这类手机采用的浏览器可呈现符合 XHTML 编码标准的网页；支持 HTML5 标记、JavaScript/ECMAScript，但可能不支持某些采用 HTML5 标准的扩展程序 API。这通常指的是大多数带有 3G 功能的手机（非智能手机）中的浏览器。
- **功能手机**：这类手机采用的浏览器无法呈现使用标准 HTML 进行编码的标准桌面版网页，其中包括仅呈现使用 cHTML (iMode)、WML、XHTML-MPF 等语言进行编码的网页的浏览器。

我们的建议主要针对智能手机，但我们鼓励多媒体版和功能手机版网站的所有者在认为合适时也遵循这些建议。

选择移动策略

有多种方法可以让您的网站适合移动设备，并且 Google 也支持不同的实现方法：

- [自适应设计](#)⁴³（推荐）
- [动态提供内容](#)⁴⁴
- [单独的网址](#)⁴⁵

创建了适合移动设备的网站后，您可以使用 [Google 的移动设备适合性测试](#)⁴⁶来检验您网站上的网页是否满足在 Google 搜索结果页面上被标记为“适合移动设备”的标准。您还可以查看 [Search Console 在移动设备上的易用性报告](#)⁴⁷，对影响您网站的移动设备易用性问题加以修复。

如果您的网站在多个网页上提供大量静态内容（如博文或商品着陆页），请考虑使用 [AMP](#)⁴⁸ (Accelerated Mobile Pages) 来实施静态内容。AMP 是一种特殊的 HTML，可确保您的网站保持较快速度并方便用户使用，并可以通过各种平台（包括 Google 搜索）进一步加速。

配置移动网站，以便网站被准确编入索引

无论您选择哪种配置来设置您的移动网站，都需要注意以下几点：

1. 如果您使用动态提供内容或拥有单独的移动网站，当网页采用适合移动设备的格式时（或当网页拥有所用格式适合移动设备的对等网页时），请告知 Google。这有助于 Google 在搜索结果中准确地向移动设备搜索用户提供内容。
2. 如果您使用自适应设计，请使用 `meta name="viewport"` 标记告诉浏览器如何调整内容。如果您使用动态提供内容，请使用 Vary HTTP 标头，根据用户代理来指示您所做的更改。如果您使用单独的网址，请使用具有 `rel="canonical"` 和 `rel="alternate"` 元素的 `<link>` 标记来表示两个网址之间的关系。
3. 确保资源可供抓取。屏蔽网页资源会致使 Google 无法了解您网站的全貌。当您的 robots.txt 文件阻止对某些或所有网页资源进行访问时，通常会发生这种情况。如果 Googlebot 无法访问某个网页的资源（如 CSS、JavaScript 或图片），那么我们可能无法检测出该网页是专门为了在移动设备浏览器中正常显示和运行而构建的。也就是说，我们可能无法检测出这是“适合移动设备”的网页，因而无法以适当的方式向移动设备搜索用户提供该网页。
4. 避免出现会阻碍移动设备访问者访问网页的常见错误，比如存在无法播放的视频（在将 Flash 视频作为网页的重要内容时就会出现这种情况）。
5. 如果移动版网页无法提供令人满意的搜索体验，那么在移动搜索结果中的排名便会下降，或是在移动搜索结果中显示时伴有警告。这类情况包括但不限于，移动设备上会降低用户体验的[全页插页式元素](#)⁴⁹。
6. 在所有设备上提供所有功能。移动用户希望网站在移动设备上提供和在其他设备上是一样的功能（如发布评论和查看）及内容。除了文字内容，确保所有重要图片和视频都已经嵌入移动版本并且用户能通过移动设备访问。对于搜索引擎，在所有版本的网页上提供所有结构化数据和其他元数据（例如标题、说明、link 元素和其他元标记）。
7. 确保移动网站上也包含桌面版网站上所有的结构化数据、图片、视频和元数据。

最佳做法

- 使用[移动设备适合性测试](#)⁵⁰来测试您的移动版网页，以了解 Google 是否认为您的网站适合在移动设备上浏览。
- 如果您的移动版网页有单独的网址，请务必对移动版网址和桌面版网址都进行测试，以确保 Google 可以识别并抓取相关重定向。

有关详情，请参阅 [Google 的移动设备适合性指南](#)。⁵¹

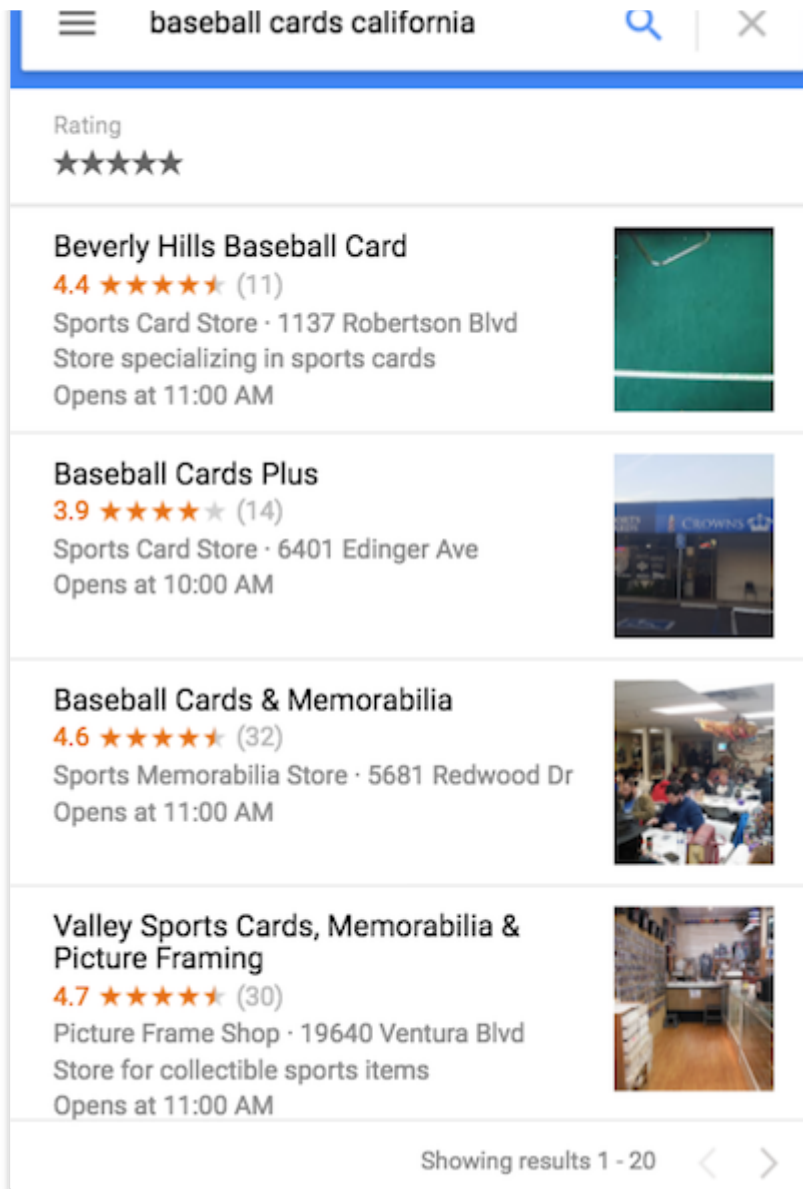
推广您的网站

随着人们通过搜索或其他方式发现您的内容并链接到您的网站，大多数连接至您网站的链接都逐渐添加至您的网站，Google 理解您希望其他人能够了解您为自己网站上的内容所付出的努力。有效推广新内容能够让对同一主题感兴趣的人更快发现您的内容。与本文中提及的大部分建议一样，极端地采取这些建议实际上可能会损害您网站的声誉。

在网站上写一篇博文来告诉访问者群体您已经添加了新内容，是宣传新内容或服务的不错方法。关注您网站或 RSS Feed 的其他网站站长也可能会帮您继续宣传下去。

倾注精力线下推广您的公司或网站也非常有帮助。例如，如果您拥有企业网站，请确保将网址印在您的名片、信头、海报上等。您还可以通过电子邮件向客户定期发送简讯，让他们了解公司网站上的新内容。

如果您经营一家本地商家，将商家信息添加到 [Google 我的商家](#)⁵²将有助于您在 Google 地图和网页搜索上吸引客户。



最佳做法

了解社交媒体网站

围绕用户互动和共享构建的网站让感兴趣人群更容易找到相关内容。

应避免的做法：

- 试图推广所创建的每一个小的新内容；应该推广精彩、有趣的内容。
- [对网站采用链接方案](#)⁵³，在这些服务中人为地置顶您的内容。

吸引和您网站相关的社区中的用户

很多网站上的主题很有可能与您网站上的主题相似。与这些网站建立通信通常对您有利。您的生态环境或社区中的热门话题能够激发新的内容想法或建立良好社区资源。

应避免的做法：

- 将链接请求不加挑选地发给与您的主题相关的所有网站。
- 从另一个网站购买链接，以提升 PageRank。

分析搜索效果和用户行为

分析搜索效果

包括 Google 在内的主要搜索引擎为网站站长提供免费工具来分析他们在搜索引擎中的效果。Google 的工具是 [Search Console](#)⁵⁴。

Search Console 可提供以下两类重要信息：Google 能够找到我的内容吗？我的网站在 Google 搜索结果中的效果如何。

使用 Search Console 并不会让您的网站获得优先待遇，但它可以帮助您发现问题，如果解决了这些问题，则有助于您的网站在搜索结果中提高排名。

通过这项服务，网站站长可以：

- 了解 Googlebot 无法抓取网站的哪个部分
- 测试及提交站点地图
- 分析或生成 robots.txt 文件
- 移除 Googlebot 已经抓取的网址
- 指定首选网域
- 使用标题和描述元标记发现问题
- 了解用来转向网站的热门搜索
- 了解 Googlebot 看到的网页外观如何
- 接收质量指南违反通知，并请求重新审核网站

微软的 [Bing 网站管理员工具](#)⁵⁵ 也为网站站长提供免费工具。

分析网站上的用户行为

如果您已经使用 Google Search Console 或其他服务改进了您网站的抓取和索引编制效果，那么您可能对转向您网站的流量感到好奇。诸如 Google Analytics（分析）之类的网站分析程序是了解这一点的实用来源。您可以使用这些网站分析程序：

- 洞悉用户如何找到您的网站以及在您的网站上有何行为
- 发现您网站上最受欢迎的内容
- 衡量对网站所做的优化带来的影响，例如，更改标题和描述元标记是否提高了搜索引擎带来的流量？

对于高级用户，分析包提供的信息与您的服务器日志文件的数据相结合，可以提供更加全面的关于访问者如何与文档互动的信息（例如，搜索者可能用来查找您网站的其他关键字）。

附录：本文中使用的链接网址

本文引用了以下网址：

- 1 : <https://g.co/WebmasterHelpForum>
- 2 : <https://www.google.com/search?q=site:wikipedia.org>
- 3 : <https://support.google.com/webmasters/answer/70897>
- 4 : <https://support.google.com/webmasters/answer/35769>
- 5 : <https://www.google.com/webmasters/tools>
- 6 : <http://g.co/webmasters>
- 7 : <http://g.co/WebmasterChecklist>
- 8 : <https://support.google.com/webmasters/answer/70897>
- 9 : <https://support.google.com/webmasters/answer/35769>
- 10 : <https://www.youtube.com/watch?v=piSvFxVM04>

- 11 : <https://support.google.com/webmasters/answer/35291>
- 12 : <https://support.google.com/webmasters/answer/156184>
- 13 : <https://support.google.com/webmasters/answer/6062608>
- 14 : <https://support.google.com/webmasters/topic/1724262>
- 15 : <https://webmasters.googleblog.com/2014/05/understanding-web-pages-better.html>
- 16 : <https://www.google.com/webmasters/tools/googlebot-fetch>
- 17 : <https://www.google.com/webmasters/tools/robots-testing-tool>
- 18 : <https://www.youtube.com/watch?v=MOfhHPp5sWs>
- 19 : <http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2007/09/improve-snippets-with-meta-description.html>
- 20 : <https://webmasters.googleblog.com/2017/06/better-snippets-for-your-users.html>
- 21 : <https://support.google.com/webmasters/answer/35624>
- 22 : <https://developers.google.com/search/docs/guides/intro-structured-data>
- 23 : <https://developers.google.com/search/docs/guides/search-gallery>
- 24 : <https://www.google.com/webmasters/tools/data-highlighter>
- 25 : <https://www.google.com/webmasters/markup-helper/>
- 26 : <https://search.google.com/structured-data/testing-tool>
- 27 : <https://support.google.com/webmasters/answer/2650907>
- 28 : <https://developers.google.com/search/docs/guides/search-gallery>
- 29 : <https://developers.google.com/search/docs/data-types/breadcrumbs>
- 30 : <https://support.google.com/webmasters/answer/72746>
- 31 : <https://support.google.com/webmasters/answer/93641>
- 32 : <http://googlewebmastercentral.blogspot.com/2008/10/webmaster-tools-shows-crawl-error.html>
- 33 : <http://support.google.com/webmasters/answer/93633>
- 34 : <https://support.google.com/webmasters/answer/139066>
- 35 : <https://adwords.google.com/KeywordPlanner>
- 36 : <https://support.google.com/webmasters/answer/6155685>
- 37 : <https://support.google.com/webmasters/answer/66359>
- 38 : <https://support.google.com/webmasters/answer/66353>
- 39 : <https://webmasters.googleblog.com/2007/03/using-robots-meta-tag.html>
- 40 : <https://support.google.com/webmasters/answer/81749>
- 41 : <https://support.google.com/webmasters/answer/178636>
- 42 : <https://webmasters.googleblog.com/2016/11/mobile-first-indexing.html>
- 43 : <https://developers.google.com/webmasters/mobile-sites/mobile-seo/responsive-design>
- 44 : <https://developers.google.com/webmasters/mobile-sites/mobile-seo/dynamic-serving>
- 45 : <https://developers.google.com/webmasters/mobile-sites/mobile-seo/separate-urls>
- 46 : <https://search.google.com/search-console/mobile-friendly>
- 47 : <https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-usability>
- 48 : <https://www.ampproject.org/>
- 49 : <https://webmasters.googleblog.com/2016/08/helping-users-easily-access-content-on.html>
- 50 : <https://search.google.com/search-console/mobile-friendly>
- 51 : <https://developers.google.com/webmasters/mobile-sites/>
- 52 : <https://www.google.com/business/>
- 53 : <https://support.google.com/webmasters/answer/66356>

54 : <https://www.google.com/webmasters/tools/home>

55 : <https://www.bing.com/toolbox/webmaster>

本文是否对您有帮助？

是

否

帮助

[什么是 Search Console ?](#)

[使您的网站显示在 Google 搜索结果中](#)

[对网站使用 Search Console](#)

[对移动应用使用 Search Console](#)

搜索引擎优化 (SEO) 入门指南

[详细了解Google搜索](#)

[从Google搜索中移除内容](#)

[针对应用的 Search Console](#)

[添加网站资源](#)

[网站站长问题排查工具](#)