

指导:如何提高网站的Google页面等级 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/64/2021\\_2022\\_\\_E6\\_8C\\_87\\_E5\\_AF\\_BC\\_\\_E5\\_A6\\_82\\_c40\\_64641.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E6_8C_87_E5_AF_BC__E5_A6_82_c40_64641.htm) 无论是对普通网络冲浪者还是网站管理员来说，Google都是目前世界范围内最受欢迎的搜索引擎。它每天处理的搜索请求高达1.5亿次，几乎占全球所有搜索量的1/3。网络冲浪者对Google情有独钟，是由于Google所提供的快速搜索速度及高命中率搜索结果。这些都是基于Google的复杂文本匹配运算法则及其搜索程序所使用的Pagerank?系统（网页级别技术）。下面我们将向大家介绍Google的Pagerank?系统。Google之所以受网站管理员和Internet媒体服务公司的欢迎，是由于它并非只使用关键词或代理搜索技术，而是将自身建立在高级的网页级别技术基础之上。别的搜索引擎提供给搜索者的是多种渠道得来的一个粗略的搜索结果，而Google提供给它搜索者的则是它自己产生的高度精确的搜索结果。这就是为什么网站管理员会千方百计去提高自己网站在Google的排名。Google大受青睐的另一个原因就是它的网站索引速度。向Google提交你的网站直到为Google收录，一般只需两个星期。如果你的网站已经为Google收录，那么通常Google会每月一次遍历和更新(重新索引)你的网站信息。不过对于那些PR值(Pagerank)较高的网站，Google索引周期会相应的短一些。Google的索引/重新索引周期比大多数搜索引擎要短。这就允许网站管理员可以对网站的页面属性进行编辑修改，如网页标题、头几行文字内容、大字标题、关键字分布，当然了还有外部链接的数量。然后他们很快就可以发现对网页所做的这些更改是否成功

。正因为Google如此受欢迎，你有必要知道Google的搜索引擎是如何工作的。如果不知道它是怎样决定你的排名，那么那些只是稍微熟悉Google排名运算法则的站点都会比你的排名位置要靠前。现在让我们来看一下Google排名运算法则。Google排名运算法则主要使用了两个部分，第一个部分是它的文字内容匹配系统。Google使用该系统来发现与搜索者键入的搜索词相关的网页；第二部分也是排名运算法则中最最重要的部分，就是Google的专利网页级别技术（Pagerank?）。

我先来介绍一下如何使网站具有相关性，即文本内容匹配部分的运算法则：在搜索网站的关键字时，Google会对其标题标签(meta title)中出现的關鍵字给予较高的权值。所以你应当确保在你网站的标题标签中包含了最重要的关键词，即应围绕你最重要的关键词来决定网页标题的内容。不过网页的标题不可过长，一般最好在35到40个字符之间。众所周知，Google并不使用元标签(Meta Tags)如关键字或描述标签。这是由于在这些元标签中所使用的文字并不能为实际的访问者所看到。而且Google认为，这些元标签会被某些网站管理员用于欺诈性地放置一些与其网站毫不相干的热门关键词，并以此提高其网站对该不相干关键词的排名，从而以不正当的手段获得更多的访问者。这种不支持Meta Tags的特性，意味着Google将从一个网页的头几行文字内容来生成对一个网站的描述。也就是说，你最好把你的关键字或关键短语放到网页的上方，这样如果Google找到它们，就会相应提高你网站的相关性。一旦Google找不到这样相关的内容，那么你要花费很大的力气来让你页面的其它部分具有相关性。在决定一个网站的相关性时，Google也会考虑网页中正文内容的关键

字密度(Keyword Density)，所以你要确保在你的整个网页中贯穿出现了若干次关键词和关键短语。但是要记住“过犹不及”，6-10%的关键词密度为最佳。增加页面相关性的其它策略还包括：在标题内容中放入关键词，并尽可能对内容中出现的关键词进行加粗。Google现在也索引图片的ALT属性文字并计入相关性计算。所以在你的ALT属性中应包含关键词，来增加网站的相关性得分。增加页面相关性的最后一个技巧就是使你网站上的外部文字链接包含你的关键字。在外部文字链接中包含关键字可有效提高你的网站相关性得分

(Google在其PageRank技术的描述中，亦提及在计算网页级别时会对该网站的外部链接进行分析并计入相关性)。在文字链接中应该包含多少关键字？这是个见仁见智的问题。不过我注意到有很多网站在他们的交换链接区域，已经提供了相应的文字链接内容。例如：“欢迎进行友情链接，并请使用如下代码建立至本网站的链接。”上面我们介绍了Google如何计算网站的相关性，及如何增加网站相关性的一些有关知识。不过Google究竟使用什么方法来衡量一个网站的好坏呢？答案就是 - Google的Pagerank?系统。PageRank取自Google的创始人Larry Page，它是Google排名运算法则(排名公式)的一部分，用来标识网页的等级/重要性。级别从1到10级，10级为满分。PR值越高说明该网页越受欢迎(越重要)。例如：一个PR值为1的网站表明这个网站不太具有流行度，而PR值为7到10则表明这个网站非常受欢迎(或者说极其重要)。在计算网站排名时，PageRank会将网站的外部链接数考虑进去。我们可以这样说：一个网站的外部链接数越多其PR值就越高；外部链接站点的级别越高(假如Macromedia

的网站链到你的网站上) , 网站的PR值就越高。例如: 如果ABC.COM网站上有一个XYZ.COM网站的链接, 那么ABC.COM网站必须提供一些较好的网站内容, 从而Google会把来自XYZ.COM的链接作为它对ABC.COM网站投的一票。你可以下载和安装Google的工具条来检查你的网站级别 (PR值)。那么是不是说, 一个网站的外部链接数越高 (获得的投票越多), 这个网站就越重要, 因而在用与其相关的关键词进行搜索时, 它就会取得更高的排名呢? - - 大错特错。Google对一个网站上的外部链接数的重视程度并不意味着你因此可以不求策略地与任何网站建立连接。这是因为Google并不是简单地由计算网站的外部链接数来决定其等级。要是那样的话, 所有网站管理员就只剩一件事情可做了 - 疯狂交换链接, 尽可能获得最多的外部链接。Google是这样描述的: “Google不只是看一个网站的投票数量, 或者这个网站的外部链接数量。同时, 它也会对那些投票的网站进行分析。如果这些网站的PR值比较高 (具有相当重要性), 则其投票的网站可从中受益 (亦具有重要性)。那么, 是不是说对一个网站而言, 它所拥有的较高网站质量和较高PR分值的外部链接数量越多就越好呢? - 也不尽然。说它错是因为 - Google的Pagerank系统不单考虑一个网站的外部链接质量, 也会考虑其数量。比方说, 对一个有一定PR值的网站X来说, 如果你的网站Y是它的唯一一个外部链接, 那么Google就相信网站X将你的网站Y视做它最好的一个外部链接, 从而会给你的网站Y更多的分值。可是, 如果网站X上已经有49个外部链接, 那么Google就相信网站X只是将你的网站视做它第50个好的网站。因而你的外部链接站点上的外部链接数越多,

你所能够得到的PR分值反而会越低，它们呈反比关系。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

[www.100test.com](http://www.100test.com)