

新时代的SEO策略

周涛
(Netconcepts
China CSO)

搜索引擎热门词竞争激励，百度把持流量，旅游寡头在流量的争夺中投入巨大，在搜索引擎端形成了一定垄断局面，SEO在PC端还能否突破如何突破？

移动端搜索引擎流量已经接近60%，如何获取移动端SEO的流量？

在层出不穷的新媒体分流的情况下，如何做SEO？

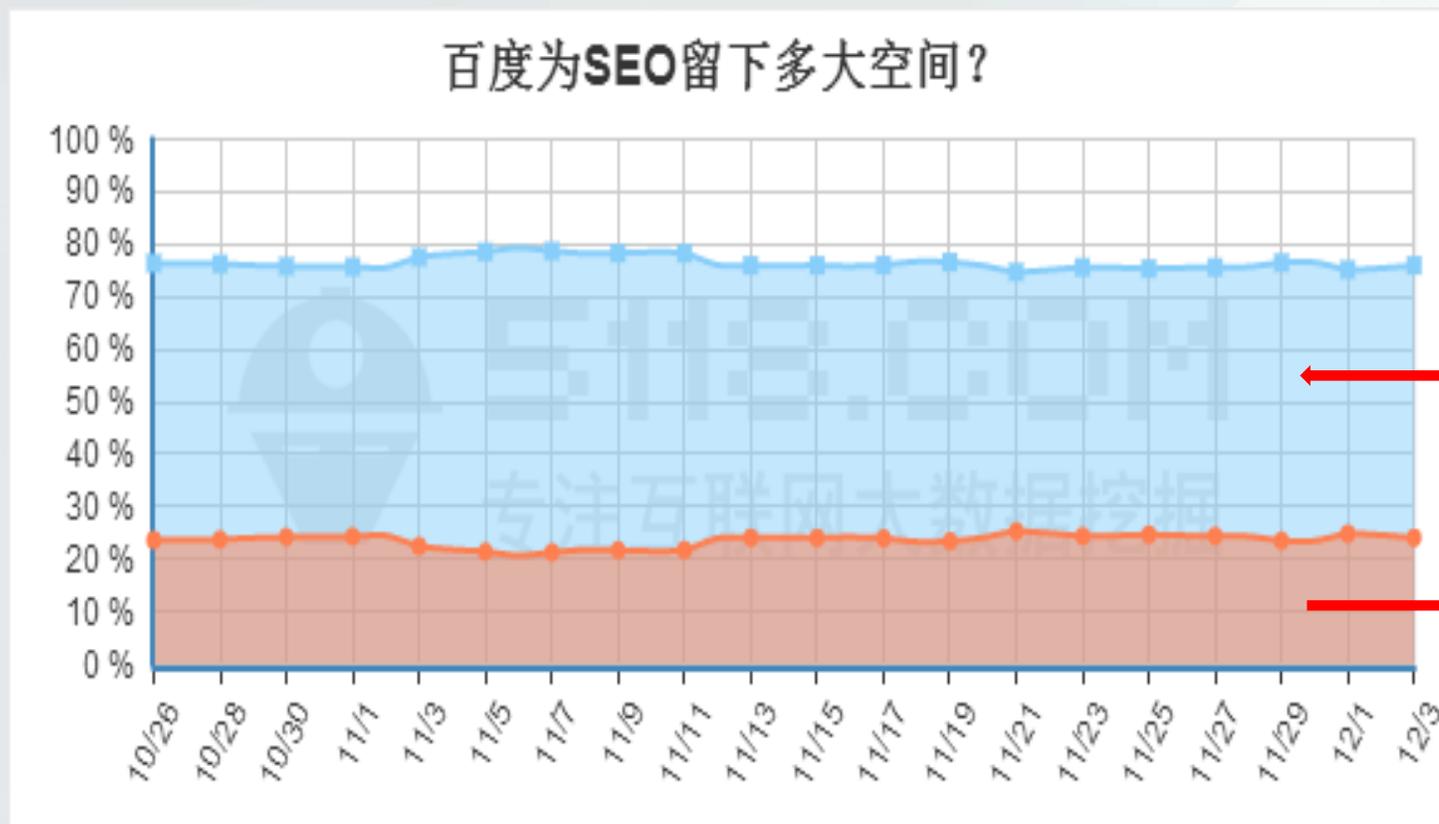
旅游行业在搜索引擎的SEO表现的数据分析

目录

1

搜索引擎热门词竞争激烈，寡头垄断，SEO在PC端如何突破

百度为SEO留下多大空间

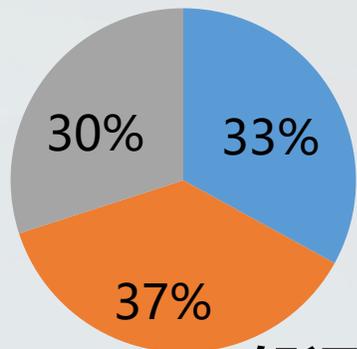


通过优化可以获得的流量

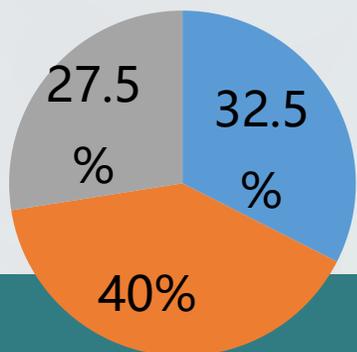
百度占有的流量

热门关键词百度首页占有率 (PC端)

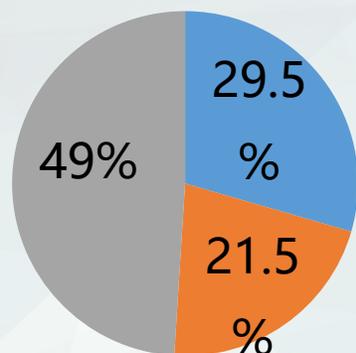
热门词



一般词



长尾词



热门词定义：如旅游、出国旅游、出境旅游、酒店预订等行业词或搜索指数较高的关键词。

一般词定义：如：民丹岛旅游、北京到悉尼旅游、旅游好去处、长城门票等旅游产品词。

长尾词定义：沙巴旅游多少钱、冬天哪里旅游比较好国内、澳洲旅游多少钱等产品相关的拓展词。

旅游行业巨头定义：去哪儿、携程、同程、途牛、等在线流量获取投入超过一定数量级别。

数据来源：根据各类数据，各抽样50个关键词，根据200个搜索展示结果进行实际调研。

中小旅游企业做搜索引擎营销，最佳的机会是在百度和巨头力量相对薄弱的长尾词领域展开

举例说明：“出境游” 还有多少机会



百度前三页为能够带来流量的位置：

搜索出境游时，自然搜索有36条链接

其中5条为百度自有产品（百度图片、文库、百科等），占比13.9%

另外有3条为寡头产品（携程、去哪儿、途牛等），占比8.3%

所以，剩下的**77%**的流量是可以通过网站SEO优化获得的。

举例：“美国旅游” 百度指数

指数概况 ? 2015-12-22 至 2015-12-28 全国

近7天

近30天

整体搜索指数 | 移动搜索指数

整体同比 | 整体环比

移动同比 | 移动环比

美国旅游

656

278

-8% ↓

-8% ↓

-21% ↓

-8% ↓

指数趋势 ? 美国旅游 2015-11-29 至 2015-12-28 全国

整体趋势

PC趋势

移动趋势

最近

7天

30天

90天

半年

全部

美国旅游

平均值

搜索指数



© index.baidu.com

举例：“美国签证” 百度指数

指数概况 ? 2015-12-22 至 2015-12-28 全国

近7天

近30天

整体搜索指数 | 移动搜索指数

整体同比 | 整体环比

移动同比 | 移动环比

美国签证

3,314

982

3% ↑

-2% ↓

7% ↑

0% -

指数趋势 ? 美国签证 2015-11-29 至 2015-12-28 全国

整体趋势

PC趋势

移动趋势

最近

7天

30天

90天

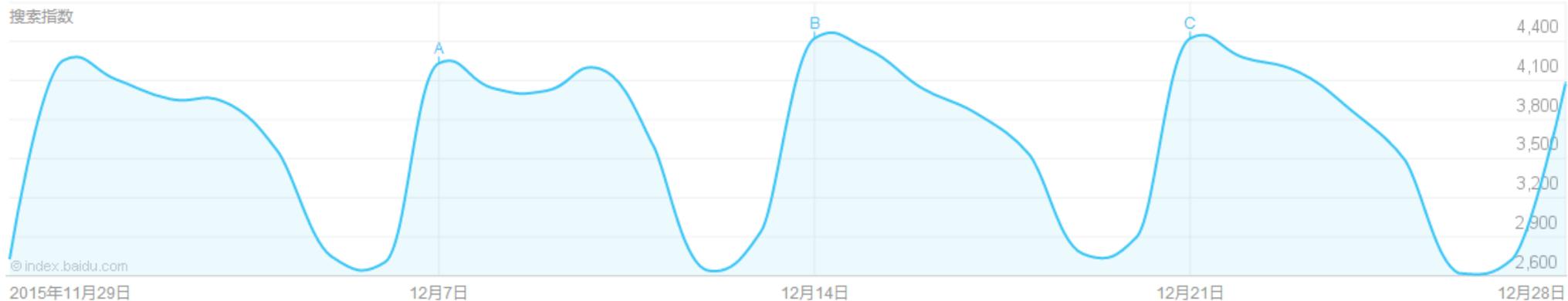
半年

全部

■ 美国签证

□ 平均值

搜索指数



© index.baidu.com

举例：“美国租车” 百度指数

指数概况 [?](#) 2015-12-22 至 2015-12-28 全国

近7天

近30天

整体搜索指数 | 移动搜索指数

整体同比 | 整体环比

移动同比 | 移动环比

美国租车

320

105

26% ↑

-1% ↓

17% ↑

-9% ↓

指数趋势 [?](#) 美国租车 2015-11-29 至 2015-12-28 全国

整体趋势

PC趋势

移动趋势

最近

7天

30天

90天

半年

全部

美国租车

平均值

搜索指数



© index.baidu.com

旅游行业SEO分析案例

关于海外目的旅行网站SEO的分析

我们选择比较有代表性的4家海外目的地旅行网站做了抽样比较。其中途风旅游（携程旗下），美洲旅游第一品牌，创立于2006年。美国公司位于加利福尼亚州的洛杉矶，中国公司位于西部中心城市成都。

。



4家分析

竞争对手SEO数据对比



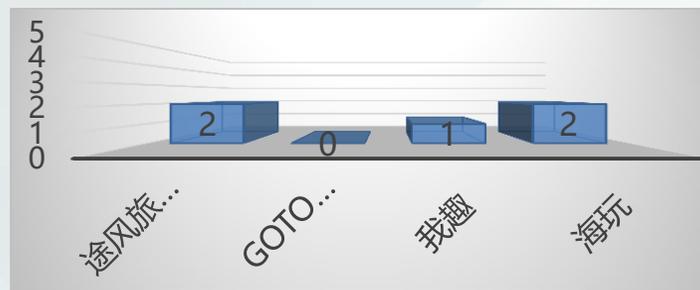
竞争对手	途风旅游网	GotoBus	我趣	海玩
网站域名	cn.toursforfun.com	www.gotobus.com	www.woqu.com	www.haiwan.com
域名历史	2006年3月2日	2004年4月20日	2003年7月31日	2001年7月14日

- 选取三个竞争对手来进行SEO基本数据对比，下面将从权重指数、搜索收录、外链数量等数据角度来考察途风旅游网目前的搜索市场竞争力

SEO基础数据对比



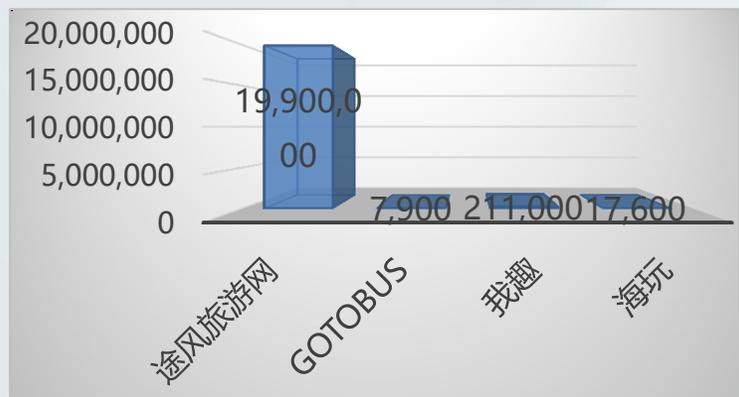
Page Rank



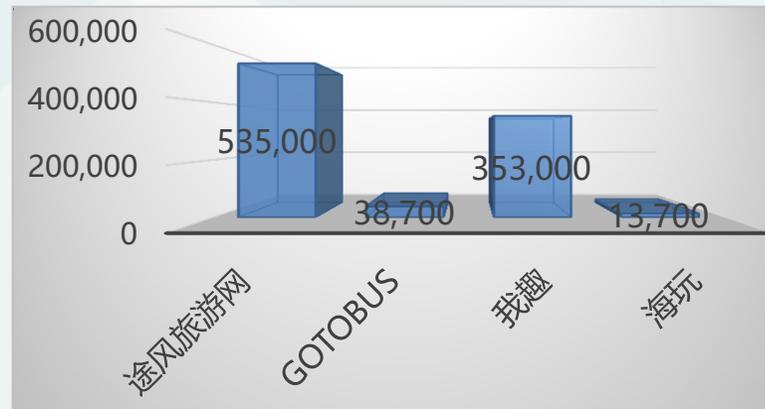
百度权重



外链数量



百度收录



谷歌收录



360收录

竞争对手SEO数据总结



- 在竞争对手中，途风旅游网的收录数量最佳（百度收录、谷歌收录、360收录），但是在百度权重方面，途风旅游网和海玩网的数据都为2。
- 有排名的页面和实际页面收录的占比最低，有较大的提升空间。
- 外链数据方面，目前最多的为148的海玩网，途风旅游网144次之，在整个旅游行业的网站中，均存在较大提升空间。

途风网SEO分析

Page Title标签规范

1

存在问题

分类页和筛选页的TDK完全一致

2

问题分析

1. 筛选页失去排名能力
2. 分类页排名能力降低

3

优化建议

根据页面类型、筛选属性，制定符合SEO的TDK规则，为不同页面制定独一无二的TDK规则

问题示例

首页 > 美洲旅游 > 迈阿密旅游

迈阿密旅游(20)

多日游(19)

接送服务(1)

您的选择

途经地点 大沼泽国家公园 × 罗德岱堡 × 小哈瓦那 × 奥兰多 × 持续时间 7天 ×

出发地点

全部 迈阿密 罗德岱堡 奥兰多 纽约

持续时间

全部 7天

推荐产品

全部 新品力荐 买二送一

途经地点

全部 迈阿密 迈阿密南海滩 奥兰多 大沼泽国家公园 罗德岱堡 西礁岛 小哈瓦那 海明威故居

显示更多筛选项 (价格、旅游方式、结束地点) ▾

```
seajs.use(["DD_belatedPNG","jquery","jquery.cookie","jquery.lazyload","home","header","product_/*]]>*/
</script>
<title>迈阿密旅游|旅行_美国迈阿密(Miami)旅游景点_旅游团行程线路 - 途风旅游网</title>
<meta name="description" content="去美国著名滨海旅游城市迈阿密(Miami)旅游, 途风旅游网为您推荐多
<meta name="keywords" content="迈阿密旅游,迈阿密旅游景点,miami旅游,迈阿密旅游团,迈阿密旅行" />
<meta name="reply-to" content="service@toursforfun.com">
<meta name="robots" content="noindex,nofollow,noarchive"><link rel="shortcut icon" type="image/
<link rel="canonical" href="http://cn.toursforfun.com/us-florida-miami-tours/vc-21469-826-21124
</head>
<body class="">
<!-- Google Tag Manager -->
```

站内网页质量

1

存在问题

网站导航及头部导航在所有页面的源代码中有展现

2

问题分析

1. 所有的内页头部均有大量相同代码和大量链接
2. 内页的搜索引擎抓取效率低下

3

优化建议

保留主导航的代码，次导航代码根据业务线和优先级，酌情保留和修改。

问题示例



Sitemap文件和robots.txt文件

1

存在问题

网站中Sitemap文件错误，robots.txt文件中屏蔽的目录不全

2

问题分析

1. 网站中的Sitemap文件加载错误
2. 网站中的Robots.txt文件，未屏蔽重复页面URL，未发挥文件作用

3

优化建议

1. 缺根据页面类型，重新制作Sitemap文件
2. 根据页面类型，在Robots.txt屏蔽重复页面

问题示例

```
▼ <sitemapindex xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9">
  ▼ <sitemap>
    ▼ <loc>
      <![CDATA[ http://cn.toursforfun.com/sitemap/home/tours.xml ]]>
    </loc>
    <lastmod>2015-09-29</lastmod>
  </sitemap>
  ▼ <sitemap>
    ▼ <loc>
      <![CDATA[
        http://cn.toursforfun.com/sitemap/vacation-packages/index.xml
      ]]>
    </loc>
    <lastmod>2015-09-29</lastmod>
  </sitemap>
  ▼ <sitemap>
    ▼ <loc>
      ▼ <![CDATA[
        http://cn.toursforfun.com/sitemap/short-trip/index.xml
      ]]>
    </loc>
    <lastmod>2015-09-29</lastmod>
  </sitemap>
  ▼ <sitemap>
    ▼ <loc>
      ▼ <![CDATA[
        http://cn.toursforfun.com/sitemap/tickets/index.xml
      ]]>
    </loc>
    <lastmod>2015-09-29</lastmod>
  </sitemap>

```

截图来源网址：<http://cn.toursforfun.com/sitemap.xml>

外部链接优化

1

存在问题

外部链接中，锚文本较为单一，品牌词外链占了90%以上

2

问题分析

- 1.不利于整站权重提升
- 2.核心词排名无法获得优化

3

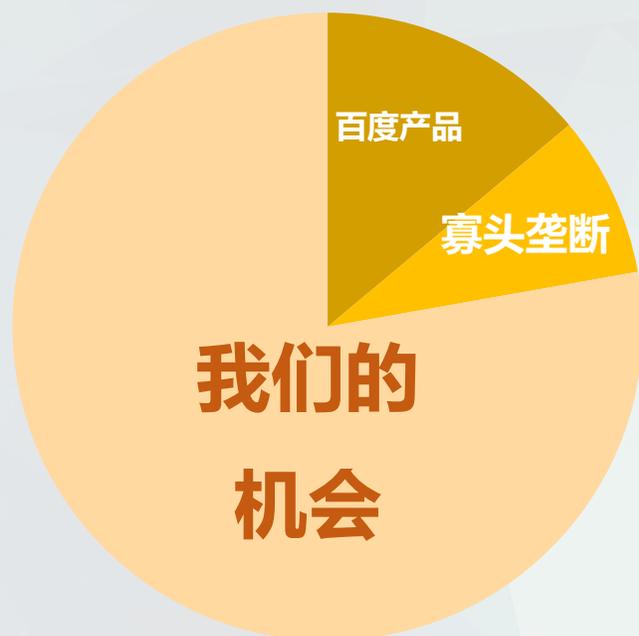
优化建议

1. 根据关键词策略建设锚文本
2. 增加非品牌词锚文本建设
3. 加强网站外链建设

问题示例

内页反链			
	<input type="checkbox"/> 查询所有子域名	<input type="checkbox"/> 模糊匹配	分析
	共有首页锚文本外链0个		
搜索量	锚文本排行前5位		
276	第1位	途风旅游网 44个	占总数比59.46% 竞争度2
	第2位	途风网 23个	占总数比31.08% 竞争度2
	第3位	美国旅游 4个	占总数比5.41% 竞争度22
	第4位	美国机票 3个	占总数比4.05% 竞争度2

(小结) 搜索引擎热门词竞争激励，寡头垄断，SEO在PC端如何突破



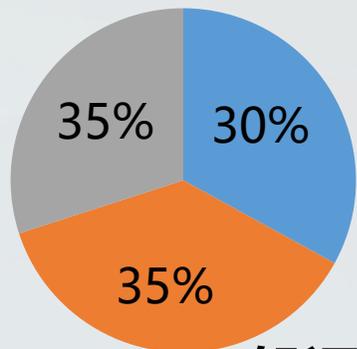
1. 在搜索引擎争取流量的任何行业都存在垄断和竞争，不仅仅是旅游行业；
2. 垄断企业SEO策略是大而全，避开热门关键词，多选择长尾关键词，将SEO做到小而美；
3. 百度网页的自然排名有10位，即使是大而全或者是百度自身产品也不能占全10个席位；
4. 我们并不和垄断行业或者百度自身产品竞争流量，而是争取他们涉及不到的流量；
5. 从平均值来看，百度自身产品只占到总流量的23%，在旅游行业这种热门行业也能会比例偏高，但是还是在30%以内，所以PC的SEO依然是机会很多。

2

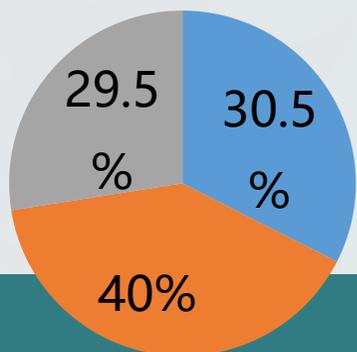
移动端搜索引擎流量已经接近60%，如何做移动端SEO的测量

热门关键词百度首页占有率（移动端）

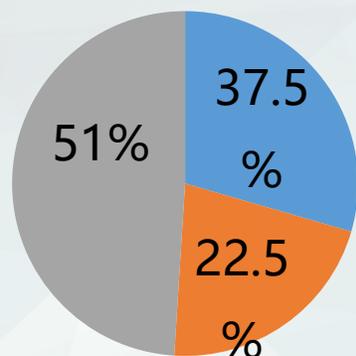
热门词



一般词



长尾词



热门词定义：如旅游、出国旅游、出境旅游、酒店预订等行业词或搜索指数较高的关键词。

一般词定义：如：民丹岛旅游、北京到悉尼旅游、旅游好去处、长城门票等旅游产品词。

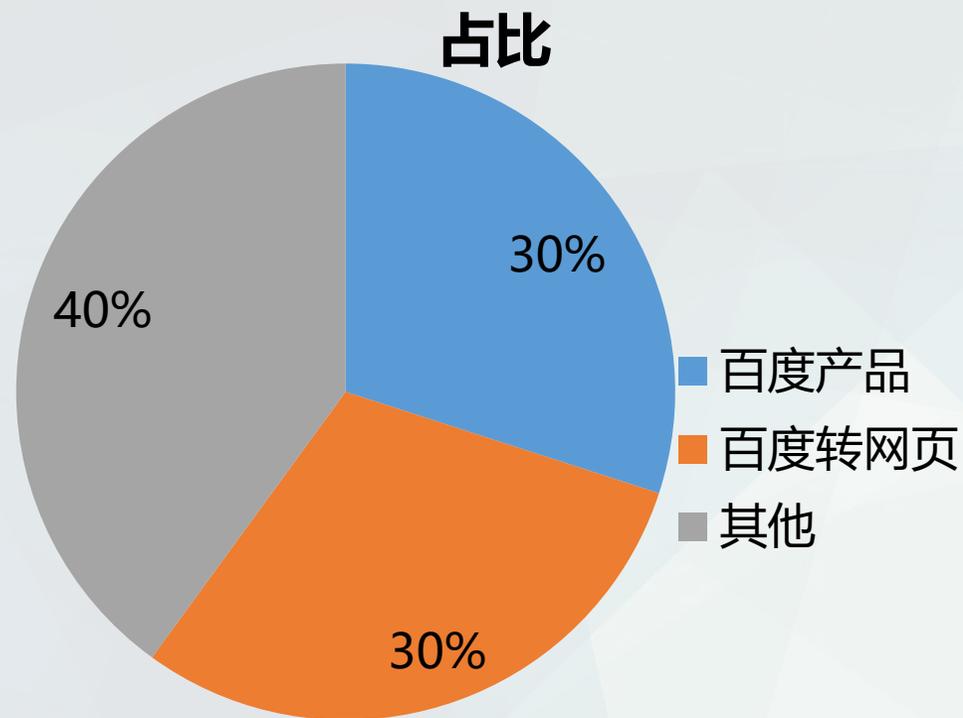
长尾词定义：沙巴旅游多少钱、冬天哪里旅游比较好国内、澳洲旅游多少钱等产品相关的拓展词。

旅游行业巨头定义：去哪儿、携程、同程、途牛、等在线流量获取投入超过一定数量级别。

数据来源：根据各类数据，各抽样50个关键词，根据200个搜索展示结果进行实际调研。

中小旅游企业做搜索引擎营销，最佳的机会是在百度和巨头力量相对薄弱的长尾词领域展开

移动端流量分布情况



在移动端流量中，百度自身产品占有**30%**流量，还有**30%**的流量来自于百度跳转网页，所剩下的**40%**的流量是可以靠优化的来的，甚至百度跳转网页的**30%**流量也可以通过移动端优化获得，因此移动端有**70%**的流量可以通过优化获得。

举例说明：“出境游”还有多少机会



百度前三页为能够带来流量的位置：

搜索出境游时，自然搜索有30条链接

其中7条为百度自有产品（百度图片、文库、百科等），占比23.3%

另外有4条为寡头产品（携程、去哪儿、途牛等），占比13.3%

所以，剩下的**63%**的流量是可以通过网站SEO优化获得的。

旅游行业移动SEO分析案例

途风移动站-针对搜索引擎的适配

1

存在问题

移动站和PC站相对独立，未针对搜索引擎进行适配，在百度移动搜索中可能进入百度转码页

2

问题分析

- 1.移动域名无法继承PC网站的权重
- 2.移动域名无法在移动搜索引擎中替换掉PC的域名排名

3

优化建议

1. 根据页面类型和各个搜索引擎的适配规则，系统的对网站全部页面进行代码适配
2. 增加禁止百度转码代码

问题示例

```
<!DOCTYPE HTML>
<html lang="zh-CN">
<head>
  <meta property="qc:admins" content="240604573664666375" />
  <meta property="wb:webmaster" content="28c3d0536bd4ab9d">
  <meta charset="utf-8">
  <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge,chrome=1">
  <meta name="renderer" content="webkit">
  <script type="text/javascript">
var CLIENTSTATUS={login:false,"lang":"cn","serverTime":1443588591,"uid":0,"name"
CLIENTSTATUS.timeDiff=new Date().getTime()-CLIENTSTATUS.serverTime*1000;
</script><link rel="dns-prefetch" href="//dn-toursforfun.qbox.me" />
<link rel="dns-prefetch" href="//www.google-analytics.com" />
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="/style/base.css" />
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="/style/home.css" />
<script type="text/javascript" src="/script/concat_sc_sea.js&sea:js-combo.js&
<script type="text/javascript">
/*<![CDATA[*]
seajs.use(["home","tff_service"]);
/*]]>*/
</script>
<title>途风网</title>
<meta name="description" content="途风旅游网是一家专业提供海外目的地旅游的华人旅行
点门票等各类出境游服务。400 - 635 - 6555" />
<meta name="keywords" content="美国旅游,加拿大旅游,欧洲旅游,澳洲旅游,华人旅行社,出
<meta name="reply-to" content="service@toursforfun.com">
<meta name="robots" content="index, follow, archive"><link rel="shortcut icon" type=
<link rel="canonical" href="http://cn.toursforfun.com/">
</head>
<body class="">
  <!-- Google Tag Manager -->
  <noscript>
```

途风移动站-页面相对独立

1

存在问题

目前移动站中的页面相对独立，没有层级链接

2

问题分析

- 1.页面中没有层级链接
- 2.页面相对单一，获取流量有限
- 3.没有合理的布局外链

3

优化建议

通过面包屑或者埋链接方式，增加列表页的链接，同时建立内链系统，自动为相关页面进行关联。

问题示例



途风移动站适配优化



根据PC站和移动站的页面类型，制定适配规则，分别针对用户和不同的搜索引擎进行适配，最大化移动端SEO流量的同时，提升用户在移动端的浏览体验。

途风移动站数据对接



列举部分的重要SEO问题



根据PC站和移动站的页面类型，挑选出高质量的模块和独有内容，继承至移动站。针对PC站已优化的部分（TDK、H1、nofollow标签等部分，选择性的继承至移动端）

(小结) 移动端搜索引擎流量已经接近60%，如何来做移动端SEO

1. 相较于PC端，移动端趋势刚刚兴起，无论是寡头企业又或者是中小企业机会相当
2. 与PC端的SEO策略相近，在做SEO优化时，可以更偏重长尾关键词的优化，来弥补热门词和一般词优化的竞争力不足
3. 集中精力在百度自身产品占有的30%以外的流量，做好SEO部署，赢得剩余的70%的流量是切实可行的方法

3

层出不穷的新媒体压力如何做SEO

如何面对多媒体渠道流量来源

SEO是切实可行，经过证实，能够带来流量的有效方法，其他途径效果无法预计

SEO方案或是技术都相对成熟，这一点也是能够保证流量来源的基础

无论是PC端或是移动端，即使在垄断的情况下，SEO也是可以执行，并且可以带来可观流量的

同样能够带来可观流量的移动端渠道，执行方式与SEO相近，就是APP应用市场搜索优化。

该如何做ASO



同城通过CPSA提升
关键词“酒店”排名

01

ASO诊断

用户分析
关键词分析

02

关键词优化

热词分析
竞品词跟踪
行业词布置
行为词提升

CPSA

关键词搜索下载优化

通过利益驱动真实用户在应用市场手动搜索你所设置的特定关键词，然后在展示出的APP中 寻找到你家的APP。然后点击下载，使用激活。从而提升你的APP在该关键词中的比重和排名。

04

关键词 排名提升

依靠CPSA
提升检索词排名
截获流量入口

03

评论优化

提升好评
相关词布置
口碑整体提高

4

旅游行业在搜索引擎的SEO表现的数据分析

各项数据分析

1. 据数据统计，2015年在线旅游市场交易额为1222.3亿元，环比增长18%，同比增长45.9%
2. 不同终端的旅游日均搜索指数，移动端同比增幅37%，PC端同比增幅8%
3. 节假日时期，旅游相关搜索指数会有波峰式的增长
4. 用户获得旅游信息渠道的前几位分别是：**综合搜索引擎**，旅游类搜索引擎，微博，旅游类预订网站，亲友介绍

（小结）这些数据说明了什么？

在互联网日益发展的今天，用户获取消息途径首选搜索引擎，所以对于旅游行业来说SEO的部署依然是网站重中之重。为了让用户更快地找到网站相关正面积积极的信息，就要争取搜索引擎带来的流量。

在移动互联网快速普及的今天，用户上网时间的碎片化，使得移动搜索引擎成为了企业获取流量的另一大途径。而相对于PC端，寡头的垄断，和百度产品自身的优势，移动端的流量的竞争显得更为公平，更为重要。

因此，我们不难得出，做好SEO依然能为旅游行业带来客观的流量，同时做好移动SEO，与PC端SEO相辅相成，互相补充，能够取得事半功倍的效果。



THANK YOU