



链滴

# 从关键词的频率与部署看 SEO 的方向

作者: [fc13240](#)

原文链接: <https://ld246.com/article/1600673081187>

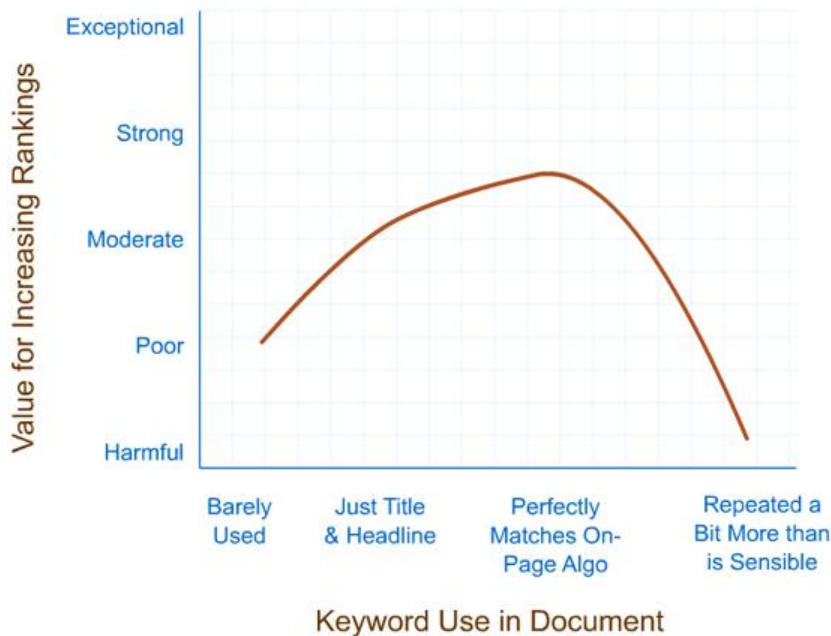
来源网站: [链滴](#)

许可协议: [署名-相同方式共享 4.0 国际 \(CC BY-SA 4.0\)](#)

本文一部分内容引用于SEOmoz，主要是图片内容，引用的原文为：<http://www.seomoz.org/blog/-graphics-to-help-illustrate-onpage-optimization>

## 关键词出现频率对排名的影响

### Value of Keyword Use/Repetition



上图显示了SEOmoz所认为的关键词在页面上的出现方式及其对排名的影响程度。因为SEOmoz在2011年搜索引擎排名因素等多篇文章中，使用到了Spearman秩相关系数等比较科学的统计方法，所以可推测这张图表也是通过统计计算得出的客观结论，具有较大的参考意义。

可以看到的是，关键词只要出现了就有一定效果，在一定范围内出现频率越高，效果越好。但超出这范围以后，对排名的效果会以更快的速度回落。

笔者几个月前面也采集过百度的数据，进行过针对百度的关键词出现次数与排名之间关系的粗略统计析。当时只分析了正文中关键词的出现次数，就结论而言，最终数据汇总生成的图表和上面一张是非相似的。

所以可以看出，过犹不及，关键词适当的出现次数是最好的。

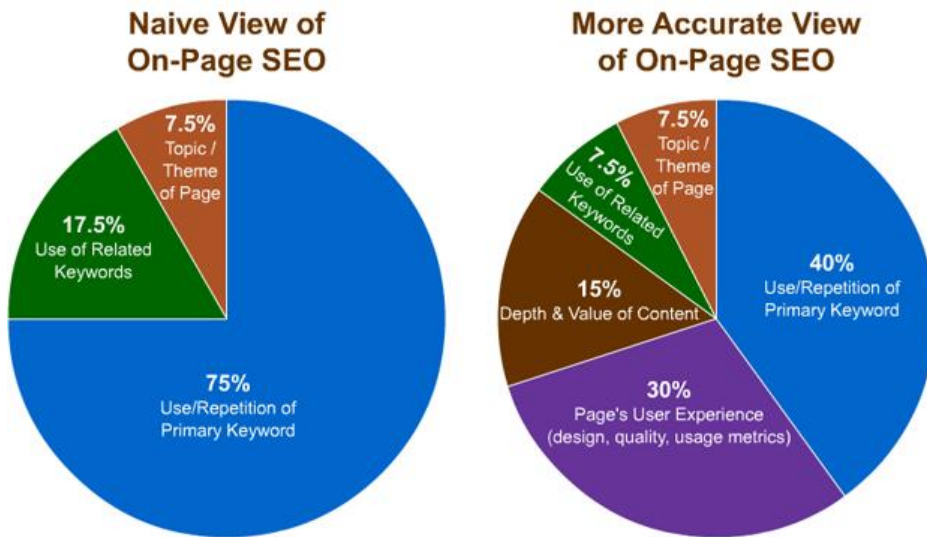
但笔者最初接触SEO的时候，对这有一些误解，可能现在还是有很多人有这样的误解，认为SEO是存“过度”之说的——比如说关键词出现次数越多越好，只要不触及到搜索引擎的底线以致被它K。从中可以看出，这是并不恰当的说法，哪怕超出效果最优的出现频率，效果也是逐步递减的。从常识出考虑就很容易解释为什么效果是逐步递减而不是超出某一阈值就直接清空，因为搜索引擎的目的不是SEO作对而是给用户提供更好的内容。但恰恰这样的常识在SEO里面很容易被忽视。

如果看了以上这些，想要调整自己网站上的关键词出现频率的话，可以说的是，这在多数情况下更是必要的，除非出现频率太高打算调低。

从数据看，SEOmoz的2011统计数据中，关键词出现次数与排名之间的相关系数只有0.07；而百度面据笔者粗略的统计是0.2左右。在一般情况下这些数字的意义是，对于Google，关键词出现次数的加虽然有利排名，但效果小到可以直接忽略不计；对于百度，关键词出现次数对排名的影响也是很小，没必要刻意为之。

哪怕在特殊情况下，想要用某页面确保某特定关键词的排名的话，标题出现一次，正文出现一次或即可。

## 多关键词的部署



当网站有一堆栏目，什么栏目应该和其他栏目归并起来，又什么栏目应该分开？上面一张图较好的解了这个问题，也不再多做阐述了。总之搜索引擎会基于它的用户的角度出发，努力让搜索者获得最好搜索体验，所以大多数情况下，出于用户体验优先的考虑会更有助于SEO。

前面提到的关键词出现频率，只是为了让大家对其有个认识才写出来的，但它并不重要，甚至可以说根本微不足道，然而时常看到很多人还是在重视这样的东西。但关键词的部署，有些人并不怎么注意它却是非常非常重要的。在B2B, B2C领域，SEO最强的不是被人争相模仿的阿里巴巴，更不是兰亭之虽然出名但并不重视SEO的网站。有些网站的SEO并不高调，但做得很好，这个领域中最优秀的网站要依赖的就是合理的关键词部署。

关键词出现频率和多关键词部署两个，前者流于形式而没考虑过用户，所以它不会有太大效果，至少有什么网站靠它成功的；而后者准确说是属于信息架构的范畴，因为在给栏目命名部署的时候，必然及的是栏目内容的归类调整，最终会让用户能够更方便的找到他们想要的内容，从根本上提升了用户体验（更准确说是搜索者的信息寻找体验），所以才能够取得巨大的效果。

所以，方向应该是明确的吧？