

关键词研究实操：免费工具+ 付费工具+ 挖掘方法全汇总

SEO 10分钟阅读2026-08-15

完整的SEO关键词研究教程：关键词类型、研究流程、免费和付费工具使用方法、竞品关键词分析、关键词分组和页面映射，附实操案例。

关键词研究是SEO的地基

如果把SEO比作盖房子，关键词研究就是画图纸——图纸画错了，房子盖得再漂亮也没用。关键词研究决定了你应该做什么内容、优化什么页面、能获得多少流量。

这篇文章是一份完整的关键词研究实操指南，从工具到方法到落地，看完就能动手做。

一、关键词的分类

按搜索意图分类

类型	示例	用户目的	适合页面
信息型	什么是SEO、怎么选电脑	获取知识	博客/文章
商业调研型	最好的跑鞋、XX评测、XX对比	比较选择	评测/对比页
交易型	买跑鞋、XX价格、XX优惠	准备购买	产品/分类页
导航型	京东登录、淘宝官网	找特定网站	品牌相关页

按长度分类

- **核心词（短尾）**：1-2个字，搜索量大、竞争激烈、意图模糊，如"鞋子""SEO"
- **中型词**：3-4个字，搜索量中等、竞争中等、意图较明确，如"跑步鞋男款""SEO教程"
- **长尾词**：5个字以上，搜索量小但精准、竞争小、转化率高，如"适合扁平足的男款跑鞋推荐2026"

新站策略：优先做长尾词，竞争小、容易排名，积少成多。一个网站如果有1000个长尾词排名，每个词每天带来1个访问，就是1000个IP/天。

二、免费关键词工具

1. 百度下拉和相关搜索

最简单直接的方法：在百度搜索框输入核心词，看下拉建议；搜索后拉到页面底部看"相关搜索"。这些是用户真实在搜的词。

2. 百度指数 (index.baidu.com)

- 查看关键词的搜索趋势和热度
- 看需求图谱，发现相关词
- 看人群画像（地域、年龄、性别）
- 注意：没有指数不代表没有搜索量，很多长尾词百度指数不显示

3. 百度搜索资源平台

在"流量与关键词"报告中可以看到你的网站已经在哪些关键词上有展现和点击，这些是最有价值的关键词——已经有排名基础，优化后提升更快。

4. Google Keyword Planner

免费的Google关键词工具，需要Google Ads账号（不充值也能用）：

- 查看搜索量和竞争程度
- 获取关键词建议
- 适合做外贸/英文站

5. Google搜索建议和People Also Ask

同百度，Google搜索框的下拉建议和"People Also Ask"板块是长尾词金矿。

6. 其他免费工具

- **Ubersuggest**：每天3次免费查询，有关键词建议和竞品数据
- **AnswerThePublic**：生成问题型关键词图谱
- **5118**：国内SEO工具，免费版有每日查询限制
- **站长工具 (chinaz.com)**：关键词挖掘和排名查询

三、付费关键词工具

工具	月费	核心功能	适合
Ahrefs	\$99起	关键词分析、竞品研究、外链追踪	英文站/专业SEO
SEMrush	\$129起	关键词、广告、竞品综合分析	综合SEO/SEM
5118会员	约200元/年起	中文关键词挖掘、排名监控	国内SEO
Mangools	\$29起	关键词研究+SERP分析	预算有限的新手

如果预算有限，**5118国内版**性价比最高，年费几百元可以满足大部分中文站需求。做外贸站建议投资Ahrefs或SEMrush。

四、关键词研究实操流程

第1步：列出种子关键词（10-20个）

种子词是你业务的核心词，如你卖跑鞋，种子词包括：跑鞋、运动鞋、跑步装备、慢跑鞋等。来源：

- 你的产品/服务名称
- 行业术语
- 客户经常提到的词
- 竞争对手网站上看到的词

第2步：扩展关键词（目标200-500个）

用上面的工具，从每个种子词扩展出20-50个相关词。收集到Excel中，包含：

- 关键词
- 搜索量（月均）
- 竞争度/难度
- 搜索意图
- 当前排名（如果有）
- 对应页面URL

第3步：竞品关键词分析

找到3-5个搜索表现好的竞品网站，用工具查看他们在排名的关键词：

1. 在Ahrefs/5118中输入竞品域名
2. 查看"自然关键词"报告
3. 筛选出和你业务相关的关键词
4. 重点关注：排名在4-20位的关键词（容易超越）、搜索量大且竞品内容薄弱的词

竞品分析是效率最高的关键词方法——别人已经帮你验证了哪些词有流量。

第4步：筛选和优先级排序

用以下标准筛选关键词：

标准	优先选择
搜索量	有一定搜索量（>50/月），但不要只追大词
关键词难度	新站选KD<30的词，老站可挑战更高
搜索意图	和你能提供的内容匹配
商业价值	能带来转化的词优先（交易型>调研型>信息型）
当前排名	已经在11-30位的词优先优化（见效快）

第5步：关键词分组和页面映射

把关键词按主题分组，每组对应一个页面：

- 每个页面聚焦1个主关键词+3-5个相关词
- 不要多个页面抢同一个关键词（关键词蚕食）
- 信息型词 → 博客文章
- 商业型词 → 评测/对比页
- 交易型词 → 产品/分类页

五、高级关键词挖掘技巧

1. 问答平台挖掘

在知乎、百度知道、Quora、Reddit搜索你的行业词，用户的真实问题就是最好的长尾关键词。

2. 论坛和社区

行业论坛、贴吧、豆瓣小组中的讨论话题，反映了用户的真实需求和用词习惯。

3. 搜索结果分析

搜索一个关键词，看前10名的标题和内容，分析：他们在回答什么问题？有什么没覆盖到的？你可以写一篇更全面的来超越。

4. 电商平台

淘宝、京东、亚马逊的搜索建议也是关键词来源。电商平台的搜索词购买意图更强。

5. 季节性关键词

用百度指数/Google Trends 识别季节性趋势，提前2-3个月布局应季内容。

6. 竞品Search Console"偷词"

如果你的网站已经有一定流量，在Search Console/搜索资源平台中查看你已经获得展示但排名靠后的关键词，这些词有搜索量且你已经有相关性，优化后提升最快。

六、关键词到内容的转化

关键词研究完了不是放在Excel里就完了，要落实到内容中：

1. **主关键词**：出现在Title、H1、URL、正文前100字、Meta描述中
2. **相关关键词**：自然地出现在H2/H3和正文中
3. **语义相关词**：搜索引擎通过语义理解判断内容相关性，使用同义词和相关概念
4. **回答用户问题**：内容要真正解决关键词背后的需求，不要只堆砌关键词

七、常见错误

- **只看搜索量不看意图**：搜索"苹果"的人可能想买手机也可能想买水果，要结合你的业务判断
- **一个页面堆太多关键词**：一个页面聚焦1个主题，不要试图一个页面排名所有词
- **忽视长尾词**：长尾词单个量小但总量大、转化率高，是新站的突破口
- **只做一次研究**：搜索趋势在变化，每季度更新一次关键词列表
- **不看竞品**：埋头做内容不如先看竞品在做什么，找差距和机会

写在最后

关键词研究的核心不是找"最热门的词"，而是找到"你的潜在客户正在搜、而你又有机会排名"的词。精准的长尾词带来的流量，虽然单个量小，但转化率往往是大词的3-5倍。

今天就开始做关键词研究，哪怕只用百度下拉和免费工具，整理出50个词，你已经超过了80%不做研究的竞争对手。

如需具体方案，可以联系我们（13266110769）。