# 电商网站结构与内部导航

原作者：Google Search Central
原始网址：https://developers.google.com/search/docs/specialty/ecommerce/help-google-understand-your-ecommerce-site-structure?hl=zh-cn
原文语言：中文；采集日期：2026-10-19
许可：CC BY 4.0；代码示例按原站 Apache 2.0 许可。
保留官方原文与图片，仅移除网站导航、调整排版并将图片本地化。最新内容以原始页面为准。

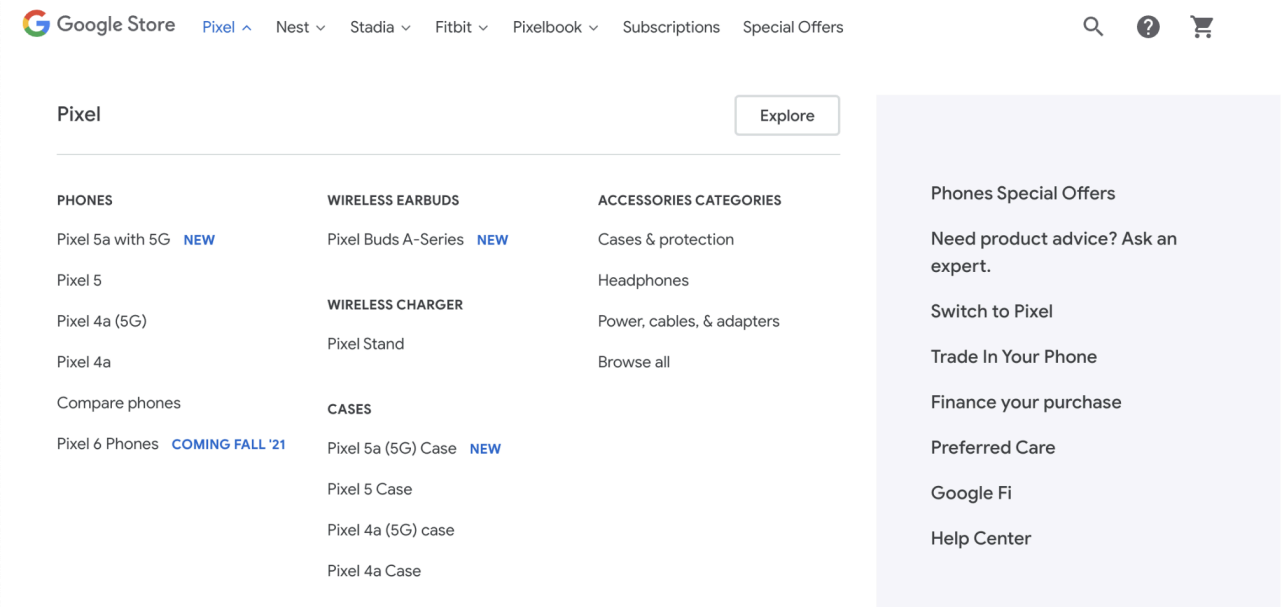
## 帮助 Google 了解您的电子商务网站结构

Google 会尝试根据网页之间的关联来分析它们之间的关系，从而找到您网站上的最佳内容。这意味着，网站上的导航结构（例如菜单和跨页链接）可能会影响 Google 对网站结构的理解。

例如，Google 可以利用各种信息（例如访问某个网页需要跟踪的链接数量，以及指向某个网页的链接数量）来推断该网页相对于网站其余部分的重要性。如需详细了解 Google 如何确定某个网页在 Google 搜索中的重要性，请参阅 Google 搜索的运作方式。

### 设计便于 Google 抓取工具进行抓取的网站导航

为帮助 Google 找到您网站上的所有网页，请务必遵循电子商务网站最佳实践，并确保 Google 可以通过跟踪网站导航链接访问所有网页。 例如，添加从菜单到类别网页、从类别网页到子类别网页，以及从子类别网页到所有商品网页的链接。我们还建议您添加结构化数据，因为这样有助于 Google 了解您网站上不同网页的用途，从而强化导航结构。



如果类别网页不包含指向某类别中所有商品的直接链接，Googlebot 可能无法仅通过抓取找到您的所有商品。这些商品也许能通过搜索框找到，但无法通过类别浏览找到。Googlebot 通常不会尝试在网站抓取过程中将搜索提交至搜索框中。因此，强烈建议您链接到您希望编入索引的所有商品。如果无法链接到所有网页，请使用站点地图或 Google Merchant Center Feed。这些来源可包含抓取工具无法通过其他方式找到的网站网页链接。

为了确保 Googlebot 正确找到链接，请在创建指向其他内容的链接时使用 `<a href>` 标记。请不要在其他 HTML DOM 元素上使用 JavaScript 事件进行导航。如需详细了解 JavaScript 以及如何将网页内容编入索引，请参阅了解 JavaScript SEO 基础知识。

## 宣传最畅销的类别或商品

Google 通常不会根据网址结构来推断网站结构。但是，它会分析各网页之间的关联，从而深入了解网站上不同网页的相对重要性。一般来说，网站中指向某个网页的链接越多，该网页相对于网站上其他网页的重要性就越高。

例如，如果您有一款畅销商品，不妨考虑从首页或其他内容（例如您网站上的博文或简报）链接到该商品。这将有助于 Google 了解该商品对您网站的重要性。

说到底，Google 就是致力于帮助用户找到所需内容。电子商务 SEO 的终极最佳实践是创造对用户有价值、实用且有趣的内容。

如需了解更多信息，另请参阅管理对分面导航网址的抓取。