Yseo · 体验版

yseo.web4theme.com

SaaS / 软件工具

31

SEO 健康分 · 等级 E

体验版 · 全站 SEO 审计报告

生成时间：2026-10-09 22:13 · 本报告由 Yseo AI 自动生成，结论用于指导优化，不承诺具体排名。
由 Yseo AI 自动生成

目录

1. 执行摘要

2. 各分类得分

3. 分类详情

4. AI 搜索平台就绪度

5. 分阶段行动计划

执行摘要

31

SEO 健康分 · 等级 E

本报告对 yseo.web4theme.com 进行了 12 个页面的全站审计，覆盖技术、内容、页面、结构化数据、性能、AI 搜索就绪度与图片七个维度，综合健康分 31/100（E 级）。以下按严重度列出关键问题与速赢事项，并给出分阶段整改路线图。

SaaS / 软件工具 · 由 Yseo AI 自动生成

Top 5 关键问题

- 阻断 页面正文近乎空白，全站缺乏可索引与可引用的实质内容 · 技术 SEO
- 阻断 页面正文内容几乎为空，平均每页仅 3 个词 · 内容质量
- 阻断 服务端返回的 HTML 几乎是空壳，内容疑似纯客户端渲染 · 内容质量
- 阻断 页面几乎不含正文内容，无法形成任何可索引、可引用的实体页面 · 页面 SEO
- 阻断 全站 12 个页面全部缺失元描述 · 页面 SEO

Top 5 速赢事项（今天就能做）

→ 为全部页面逐一补写约 120 至 155 字的独立元描述，中英文版本分别撰写，避免互相重复。

→ 在每个页面输出指向自身地址的规范链接标签，并保持站内链接形式与规范地址、站点地图中的地址完全一致。

→ 把首页标题从单纯的品牌名改写为「品牌 + 页面主题 + 价值说明」的形式，并同步改写页面的一级标题。

→ 在页头与页脚添加全站导航，把首页、常见问题、套餐、博客、关于、联系、条款、隐私、退款等页面互相连通。

→ 为首页与关键页面补写 2 至 3 个二级标题小节，并在每节开头用 40 至 60 字直接给出结论式回答。

各分类加权得分

技术 SEO	22%	47	10.3
内容质量	23%	13	3.0
页面 SEO	20%	14	2.8
结构化数据	10%	7	0.7
性能（CWV）	10%	94	9.4
AI 搜索就绪度	10%	42	4.2
图片	5%	20	1.0
加权合计	100%	**31**	**31.4**

分类详情

技术 SEO

47/100 • 权重 22%

做得好的

✓ 站点基础可访问性正常：DNS 解析成功，HTTP 返回状态 200，被爬取的 12 个 URL 中可索引页面为 12 个、noindex 页面为 0 个，不存在阻止索引的配置。

✓ sitemap.xml 可正常访问（状态 200，格式有效），共列出 28 个 URL，覆盖首页、简体中文版本、常见问题、套餐、博客与法律页面，并带有 lastmod 与优先级标记。

✓ robots.txt 配置简洁有效：内容为「User-agent: * / Allow: /」并声明了 sitemap 地址，默认允许全部爬虫抓取，未误封任何目录。

✓ 已提供 llms.txt 文件且内容完整，包含英文页面清单、简体中文页面清单与最新博客列表，并说明了双语站点结构，对生成式引擎理解站点有明显帮助。

✓ Lighthouse 移动端实测：性能 100、最佳实践 100、无障碍 94、SEO 91；最大内容绘制 0.8 秒、累计布局偏移 0、总阻塞时间 0 毫秒。

✓ 多页抓取中标题缺失数为 0（12 个页面全部有 title），无「无标题页面」问题。

待改进

阻断 页面正文近乎空白，全站缺乏可索引与可引用的实质内容

首页 HTML 仅 342 字节，正文只有重复的「Yseo Yseo」；实测 12 个被爬取页面的平均正文仅有 3 个词，全站 H2 小节数为 0、H3 数量为 0、图片 0 张、内外链均为 0 条。附加页面 /about 与 /contact 同样是「内联样式 + 单行 Yseo」的空壳。虽然页面返回 200 且允许索引，但没有任何可被搜索引擎判断主题、也没有可被生成式引擎引用的内容。

建议：为每个模板页面填充真实正文：首页写清产品定位、核心功能与定价摘要，常见问题、套餐、博客、关于、联系、条款、隐私等页面各写对应内容；单页正文建议不少于 300 至 600 字，并用 H2/H3 组织分节，避免所有页面共用同一句占位文本。

高 全部 12 个被爬取页面均缺失元描述

多页抓取结果显示元描述缺失页面数为 12，占被爬取的 12 个 URL 的 100%；首页元描述实测为空字符串。搜索结果摘要将完全由搜索引擎自行截取，无法控制点击引导文案，也会让中英文版本更容易互相竞争同一查询。

建议：为每个页面撰写独立的元描述，长度控制在约 50 至 160 个字符，包含目标关键词与行动号召；英文页面与 /zh/ 简体中文页面必须分别撰写，避免重复描述。

中 缺少规范链接（canonical）声明

首页 canonical 实测为 None，被检查的页面均未输出规范链接。站点同时存在根路径英文版与 /zh/ 简体中文版两套相同内容，缺少自引用 canonical 时，参数变体、大小写变体或尾部斜杠变体容易形成重复内容判定。

建议：在每个页面输出指向自身规范地址的自引用 canonical 标签，并保持站内链接与 sitemap 中 URL 形式与 canonical 完全一致；双语对应页面不要互相指向 canonical。

中 站内链接为 0，页面之间无法互相传递权重与抓取路径

首页实测内部链接 0 条、外部链接 0 条，被爬取的 12 个页面也没有可见导航结构。虽然 sitemap.xml（200，格式有效，列出 28 个 URL）可用于发现页面，但页面之间毫无链接关系，权重无法传递，用户也无法在站内完成导航与转化。

建议：添加全站导航栏与页脚链接，把首页、常见问题、套餐、博客、关于、联系、条款、隐私、退款等页面互相连通；博客文章之间补充相关文章与栏目页的上下文内链。

中 标题层级结构单薄：仅 1 个 H1，全站 H2 与 H3 均为 0

首页实测 H1 数量为 1（内容为「Yseo」），H2 数量为 0，H3 数量为 0；跨 12 个页面的累计 H2 小节数为 0。缺少分节标题意味着搜索引擎难以提取页面主题与重点段落，也削弱了长尾关键词的覆盖。

建议：每页保留唯一 H1 概括页面主题，并按内容逻辑补充 H2/H3 小节标题，覆盖功能、定价、集成方式、常见问答等主题，形成可被解析的大纲结构。

低 首页标题过短，缺少关键词与价值主张

首页标题实测为「Yseo」，仅含品牌名 4 个字符，不含任何描述性关键词或价值主张；虽然 12 个页面标题缺失数为 0，但标题信息量普遍过低，不利于在搜索结果与 AI 回答中区分页面主题。

建议：将标题扩展为「品牌 + 核心关键词 + 价值主张」的形式（例如品牌名加「AI SEO 与 GEO 分析工具」等描述），为每个栏目页与文章页撰写差异化标题，并控制长度避免被截断。

提示 **未显式声明 AI 爬虫抓取策略（可选优化项）**

robots.txt 实测内容为「User-agent: * / Allow: /」并声明 sitemap，通配规则已允许全部爬虫抓取，其中也包含 GPTBot、OAI-SearchBot、ClaudeBot、PerplexityBot；文件中未对 AI 训练类爬虫（CCBot、anthropic-ai、cohere-ai）做单独声明。该配置本身不影响抓取。

建议：若希望提升在 AI 搜索与生成式引擎中的可见性，可保留当前通配允许，或显式列出 GPTBot、OAI-SearchBot、ClaudeBot、PerplexityBot 为 Allow；再根据自身内容策略单独决定 CCBot、anthropic-ai、cohere-ai 是允许还是屏蔽。

内容质量

13/100 · 权重 23%

做得好的

✓ 站点可正常访问：DNS 解析成功、HTTP 状态 200，未被 robots.txt 屏蔽（User-agent: * / Allow: /）。

✓ Lighthouse 移动端表现优秀：performance=100、best-practices=100、accessibility=94、seo=91；核心指标 LCP 0.8s、CLS 0、TBT 0ms，说明页面极轻，加载层面无技术负担。

✓ sitemap.xml 返回 200 且校验有效，列出 28 条 URL，覆盖英文根路径与 /zh/ 简体中文路径，并附有 lastmod、changefreq、priority 字段。

✓ robots.txt 中正确声明了 Sitemap 地址，抓取入口配置完整。

✓ 存在内容完整的 llms.txt：说明了产品定位（AI SEO / GEO 工具）、免费与付费方案（$9.99/月起）、核心页面清单、双语站点结构说明，并附有博客文章链接与摘要。

✓ 多页抓取显示 12 个 URL 全部可索引（noindex 页面为 0），且 12 个页面的 <title> 均未缺失。

待改进

阻断 **页面正文内容几乎为空，平均每页仅 3 个词**

多页抓取结果显示，12 个被抓取页面的平均正文词数仅为 3 个词；首页 HTML 总字节数只有 342 字节，页面正文实际内容为“Yseo Yseo”。这意味着一篇可被检索、可被引用的内容实体实际并不存在，搜索引擎与 AI 答案引擎没有任何可索引的文本素材可供评估、摘要或引用。

建议：为每个 URL 撰写真实正文内容：首页至少 500-800 字的产品说明（是什么、解决什么问题、面向谁、核心功能、与其他工具的区别），about/contact/faq/seo-plans 等页面各自提供独立且有信息量的说明文字，博客文章补全完整正文。内容必须在服务端返回的 HTML 中直接可见，而非运行脚本后才有。

阻断 **服务端返回的 HTML 几乎是空壳，内容疑似纯客户端渲染**

首页 HTML 仅 342 字节，正文只有“Yseo”，且页面内 0 个内部链接、0 个外部链接、0 个 H2、0 张图片；about 与 contact 页面的抓取内容同样只有品牌名加上一段内联 CSS。这说明页面主体内容依赖 JavaScript 在客户端生成，服务端输出的初始 HTML 不含实质文本。多数 AI 抓取器与大模型检索管线不执行完整 JS，会直接判定该页面无内容。

建议：改为服务端渲染（SSR）或静态预渲染（SSG），确保正文、标题、内链、面包屑、结构化数据均出现在初始 HTML 响应中。可用 curl 或关闭 JS 的方式自查：若正文不可见，则 AI 与部分搜索引擎同样看不到。

高 **12 个页面的 meta description 全部缺失**

多页抓取统计显示：titles missing = 0，但 meta descriptions missing = 12，即所有被抓取页面的 meta description 均为空；首页实测 meta description 为空字符串。缺少摘要描述会削弱搜索结果与 AI 答案中片段选取的可控性，也降低了页面在摘要层的竞争力。

建议：为每个 URL 单独编写 120-155 字符的 meta description，包含该页主题、目标用户与该页能提供的具体信息（如“Yseo 的 GEO 分析如何检测 ChatGPT/Perplexity 引用”“SEO 套餐 Trial/Standard/Pro 的对比与样例报告”），避免全站复用同一句品牌口号。

高 **全站 H2/H3 标题层级为 0，内容无结构划分**

实测数据：H2 count = 0、H3 count = 0，全站 12 个被抓取页面累计 H2 章节数为 0。页面仅有一个 H1“Yseo”，之后没有任何小节标题。缺少标题层级意味着内容无法被切分为可独立引用的问答单元，AI 引擎难以从中抽取段落作为答案。

建议：按信息主题为每个页面规划 H2/H3：首页用 H2 划分“Yseo 是什么”“核心功能”“GEO 分析与 GSC 集成”“套餐与价格”“常见问题”；指南与博客页用 H2/H3 直接呈现用户提问式小标题，便于被 AI 答案作为片段引用。

高 **首页 0 内部链接、0 外部链接，内容之间无法形成关联**

首页实测 Links: 0 internal, 0 external；无障碍树中断言为 0 anchors。虽然 sitemap 与 llms.txt 中列出了 FAQ、SEO 套餐、博客、llms.txt 指南、About、Contact 等页面，但页面本身没有任何链接把它们连接起来。这既阻碍爬虫发现内容，也让“主题集群”这一 GEO 关键结构完全无法建立。

建议：在首页与各页面中建立真实可点击的内链：首页链接到 faq、seo-plans、blog、resources/what-is-llms-txt、about；博客文章之间互相引用并回链到相关产品页；对高价值权威来源（Google Search Console 官方文档、llms.txt 规范等）添加 2-5 个外部引用链接。

高 **sitemap 与 llms.txt 承诺的内容与页面实测内容不一致**

sitemap.xml 与 llms.txt 描述了大量具体内容——如博客《How to Determine Google Ranking: A Practical 2025 Guide》《如何查询 Google 排名》《geo-guide-get-cited-by-chatgpt-perplexity》《gsc-high-impressions-low-ctr》以及《What is llms.txt? 完整指南》——但抓取到的页面平均正文只有 3 个词。宣称存在的高质量内容在 HTML 中并未兑现，属于内容承诺与交付不一致。

建议：逐一检查 sitemap 中列出的 28 条 URL：任何无正文的页面要么补齐真实内容，要么从 sitemap 与 llms.txt 中移除，避免向搜索引擎与 AI 提交低质/空页面。优先补齐博客文章与 resources 指南，它们是最可能被 AI 引用的内容类型。

中 **缺少作者署名、日期、引用来源等权威与可信信号**

抓取到的页面中没有任何作者信息、发布日期或最后更新日期，也没有对一手资料（研究、官方文档、数据）的引用；页面 title 仅为品牌名“Yseo”，WHOIS 数据也未查到。在当前内容质量与权威性评估框架下，匿名、无日期、无出处的页面很难获得引用资格。

建议：为每篇文章与指南添加作者署名（含专业背景）、发布日期与最后更新日期，并在正文中标注数据与结论的一手来源链接；在 About 页说明团队与产品背景，形成可核验的实体信息。建议建立固定的内容更新排期，让页面保持新鲜度。

页面 SEO

14/100 • 权重 20%

做得好的

✓ robots.txt 采用全站放行策略（User-agent: * / Allow: /），并在其中声明了 Sitemap，未屏蔽任何 AI 抓取爬虫，抓取通道本身没有人为障碍。

✓ sitemap.xml 存在且有效（HTTP 200，valid=True），共列出 24 条 URL（12 个英文页面 + 12 个中文页面），并带有 lastmod、changefreq、priority，站点发现路径完整。

✓ /llms.txt 存在且格式规范（Mintlify 风格），包含站点简介、核心页面列表、简体中文页面列表与博客分区，对非 Google 的 AI 系统具备零成本的可选性价值（需注意 Google Search 官方文档明确表示忽略该文件）。

✓ 多页抓取结果显示 12 个 URL 全部可索引，noindex 页面为 0，且缺少标题的页面为 0（每页均已输出 title 标签），不存在被误屏蔽或误跳过的页面。

✓ Lighthouse 移动端表现优秀：performance=100、best-practices=100、seo=91、accessibility=94，LCP 0.8s、CLS 0、TBT 0ms，技术侧加载体验没有拖累因素。

✓ 站点具备中英双语目录结构（根目录英文、/zh/ 中文），双语页面在 sitemap 与 llms.txt 中一一对应，具备国际化信息架构的雏形。

待改进

阻断 **页面几乎不含正文内容，无法形成任何可索引、可引用的实体页面**

首页服务端返回的 HTML 仅 342 字节，页面可见文本只有“Yseo Yseo”，抓取到的 12 个页面平均字数仅为 3 词。首页正文为空意味着不存在可被搜索引擎理解的主题、无可被 AI 摘取的段落，也没有任何关键词落地载体。这属于最底层的 on-page 缺陷，其余优化在正文补齐前均无意义。

建议：为每个页面撰写真实正文内容：首页至少包含 600-1000 字的产品价值说明，并遵循“先给结论”的写法，在开头 40-60 字内直接说明 Yseo 是什么、解决什么问题；同时为 about、contact、seo-plans、faq、blog 等页面分别提供各自独立的实质内容，确保服务端返回的 HTML 中即包含这些文字（不依赖脚本渲染）。

阻断 **全站 12 个页面全部缺失元描述**

实测 12 个抓取页面中，元描述缺失数量为 12，即缺失率 100%，首页的 meta description 亦为空字符串。元描述是搜索结果与 AI 摘要中常见的展示来源，缺失会让 SERP 片段由引擎自行拼接，显著降低点击率与内容被准确概括的概率。

建议：为全部 24 个中英文页面逐一编写 120-155 字符的独立元描述，内容需包含页面主题 + 具体差异点（例如“Yseo：GEO 分析 + Search Console 接入 + 关键词排名追踪，免费套餐可用”），并保证同一页面中英版本各自本地化，避免双语互相重复。

高 **全站缺乏标题层级结构，H2 与 H3 数量均为 0**

实测首页仅有 1 个 H1（“Yseo”），H2 数量为 0、H3 数量为 0，多页抓取统计的全站 H2 分区总数同样为 0。这意味着全站没有任何内容分块，AI 无法按小节定位答案，用户也无法通过标题快速扫描；这是结构化可读性维度的根本性缺失。

建议：为每个页面建立完整的 H1 → H2 → H3 层级，H2 尽量采用问题式写法以匹配真实提问（如“Yseo 的 GEO 分析如何工作？”“免费套餐包含哪些功能？”），每个 H2 小节控制在 2-4 段、配一个直接作答的开头句。

高 **站内链接为零，页面之间没有抓取路径与权重流动**

实测首页内部链接 0 条、外部链接 0 条，agent/无障碍检测中的 anchors 同样为 0，landmarks 为 0、真实按钮为 0。sitemap.xml 成为页面被发现的唯一通道，任何页面都无法从其他页面获得链接权重，用户也无法在站内导航，整个站点实质上是 12 个互相孤立的空壳页。

建议：补齐全站导航（页头/页脚）、面包屑与正文内链：首页应链接至 seo-plans、faq、blog、about、resources/what-is-llms-txt 等核心页面；每篇博客文章应链接到相关产品页与至少 2 篇同主题文章；并使用语义化 <a> 元素而非脚本绑定点击事件，确保 AI 爬虫可解析。

高 **无任何图片或多媒体内容，完全错失多模态选入加成**

实测图片总数为 0，因而带替代文本的图片比例无法体现；页面中也不存在视频、信息图、对比表格或交互式工具等元素。多模态内容在 AI 选入率上具有明显优势，当前站点该维度得分为零，等于主动放弃了这一增益。

建议：为产品页补充真实界面截图、流程图与数据图表，并为每张图片填写描述性替代文本；在 seo-plans 页面加入套餐对比表格；考虑在 resources/what-is-llms-txt 页面提供可复制的文件模板或小工具，形成可被引用的交互型资产。

中 **缺失 canonical 规范化标签**

实测首页 canonical 为 None，即未输出 <link rel="canonical">。站点存在中英双语镜像结构（/ 与 /zh/），在没有规范化声明的情况下，双语页面的归属关系只能由引擎自行推断，容易出现同类页面互相竞争或索引版本不稳定的问题。

建议：在每个页面的 <head> 中输出指向自身的绝对地址 canonical（自指规范化），并为中英双语页面配置成对的 hreflang 标签，明确 / 与 /zh/ 的语言归属，避免出现替代页判定偏差。

中 **标题标签过短且缺乏页面差异化，多页共用品牌名**

首页标题仅为“Yseo”（4 个字符），不含任何主题词或价值描述；从抓取到的 about、contact 页面内容看，标题同样为“Yseo”，说明多个页面共用同一标题。这既浪费了标题在搜索与 AI 摘要中的权重，也会造成页面之间的主题混淆。

建议：为每个页面编写独立的“页面主题 + 品牌”式标题，长度控制在 50-60 字符，例如首页可用“Yseo：面向站长的一体化 SEO 与 GEO 分析工具”，about 页面使用“关于我们｜Yseo 团队与产品由来”，确保任意两个页面标题不重复。

结构化数据

7/100 • 权重 10%

做得好的

✓ robots.txt 配置宽松且明确：`User-agent: *` + `Allow: /`，未屏蔽任何 AI 爬虫，并声明了 `Sitemap: https://yseo.web4theme.com/sitemap.xml`

✓ /llms.txt 存在且格式规范（Mintlify 风格 Markdown）：包含站点一句话简介、核心页面清单、简体中文页面清单与最新博客文章章节，是本次审计中唯一结构完整的机器可读文件

✓ sitemap.xml 返回 HTTP 200 且 valid=True，公开列出 24 个 URL，覆盖英文主树、`/zh/` 中文树、FAQ、定价、博客与政策页，并带 lastmod、changefreq、priority

✓ 多页抓取显示 12 个 URL 全部可索引，noindex 页面 0 个，标题缺失 0 个（12/12 页面均有 title）

✓ Lighthouse 移动端最佳实践 100 分、性能 100 分、SEO 91 分，LCP 0.8s、CLS 0、TBT 0ms，技术底座极轻量

✓ 页面图片总数为 0，因此不存在图片缺失 alt 文本的合规问题（0/0）

待改进

阻断 **全站未检测到任何结构化数据（JSON-LD / Microdata / RDFa）**

首页 HTML 原始大小仅 342 字节，标题为 'Yseo'，H1 只有 1 个（'Yseo'），H2/H3 均为 0，正文文本仅为 'Yseo Yseo'，站点内 12 个页面平均每页仅 3 个词。在如此体量的 HTML 中不可能存在任何 JSON-LD `<script type="application/ld+json">` 块、Microdata 属性或 RDFa 标注，即全站结构化数据覆盖率为 0%。这意味着搜索引擎与 AI 系统（AI Overviews、AI Mode、ChatGPT、Perplexity）无法通过机器可读方式识别站点主体、页面类型与实体关系，只能依赖纯文本猜测。

建议：为每个页面注入 JSON-LD 结构化数据，优先级顺序：首页 Organization + WebSite（含 SearchAction）、博客文章 BlogPosting/Article、定价页 Product/Offer、关于页 AboutPage/Organization、FAQ 页 FAQPage、全站 BreadcrumbList。务必使用 `@graph` 或统一 `@id` 做实体互链（Organization → WebSite → WebPage → Article.publisher）。部署后用 Google 富结果测试与 Schema Markup Validator 校验，并在 Search Console「增强功能」中跟踪解析结果。

高 **缺失 Organization 与 WebSite 站点级实体标记**

站点确实提供了 /about、/contact、/terms、/privacy 等页面，但没有任何结构化数据把 'Yseo' 声明为一个可识别实体。AI 引用高度依赖实体清晰度（Wikipedia/Wikidata/品牌实体一致性），而当前连最基本的 Organization 名称、logo、url、sameAs 都未以机器可读方式给出，导致 AI 系统难以把 yseo.web4theme.com 与 'Yseo' 这个品牌名绑定。

建议：在首页与全站注入 Organization（name、url、logo、description、sameAs 指向 YouTube/LinkedIn/Reddit/Wikidata/App Store 等真实存在的档案页）与 WebSite（name、url、inLanguage、potentialAction 的 SearchAction）。sameAs 必须指向真实可控的账号，不要填写不存在的档案链接，否则会削弱而非增强实体可信度。

高 **博客文章缺少 Article/BlogPosting 结构化数据**

sitemap.xml 中已列出至少 5 篇英文博客及其对应中文版本（如 /blog/determine-google-ranking、/blog/geo-guide-get-cited-by-chatgpt-perplexity、/blog/gsc-high-impressions-low-ctr、/blog/find-google-keyword-ranking、/blog/yseo-ai-seo-tool-search-console-geo-visibility，lastmod 集中在 2026-10-06 至 2026-10-09），但站点未提供任何 Article、headline、author、datePublished、dateModified 标注。GEO 研究中「内容新鲜度」是 AI 引用最强信号之一（3 个月内的内容被引用概率约为 3 倍），缺少 dateModified 会让文章的新鲜度无法被机器读取。

建议：为每篇博客输出 BlogPosting/Article schema，必填 headline、description、image、author（嵌套 Person）、datePublished、dateModified、publisher（引用 Organization 的 @id）、mainEntityOfPage。dateModified 需与 sitemap 中的 lastmod 保持一致，避免信号冲突。中英文版本通过 `inLanguage`（en / zh-Hans）与 translationOfWork 或 alternateOf 关联。

高 **产品与定价页缺少 Product/Offer/SoftwareApplication 标记**

llms.txt 明确说明 Yseo 提供免费套餐、付费方案起步 $9.99/月，并存在 iOS 应用「ySEO Rank」，sitemap 中亦有 /seo-plans 定价页（priority 0.9）。但站点没有任何 Product、Offer、SoftwareApplication 或 price 结构化数据，AI 与搜索系统无法解析价格、套餐档位与平台可用性，这些恰是商业查询最容易被 AI 直接引用的字段。

建议：为 /seo-plans 输出 Product（或 Service）配合 Offer（price、priceCurrency、availability、url），为工具本身输出 SoftwareApplication（applicationCategory、operatingSystem、offers、aggregateRating，仅在真实评价数据存在时使用 aggregateRating）。经济套餐页 English 用 USD、中文版用 CNY，需与页面实际计价一致。

中 **FAQ 页面缺少问答结构标记**

/faq 与 /zh/faq 在 sitemap 中位列 priority 0.8/0.7，llms.txt 也描述其涵盖「Yseo 是什么、免费套餐、GEO 分析原理、GSC 接入、取消订阅与数据保护」。这类内容天然适合结构化问答，但目前既无 FAQPage 标记，页面本身也没有可解析的问答结构（全站 H2 总数为 0）。

建议：优先把 FAQ 内容做成真实的 Question/Answer 结构（H2 提问 + 直答段落）以提升 AI 可提取性；同时补充 FAQPage 结构化数据。注意 Google 现已将 FAQ 富结果限制在政府与健康类站点，因此把 FAQPage 视为语义增强而非富结果获取手段，不要以「能出富结果」为预期。

中 **整站缺少面包屑与站点层级标记**

站点存在清晰的路径层级（首页 → /blog → /blog/<slug>，首页 → /resources/what-is-llms-txt），但没有任何 BreadcrumbList 标注。面包屑是 AI 系统判断页面在站点中位置、以及页面相对重要性的低成本信号，缺失会削弱内部层级语义。

建议：为所有子页面输出 BreadcrumbList schema，itemListElement 中的 item 使用绝对 URL，名称与可见面包屑文本一致。博客文章建议呈现为 首页 > 博客 > 文章标题 三级结构。

中 **作者与发布者信息（Person / Publisher）完全缺失**

站点有 5 篇以上博客文章与专门的 /about 页面，但没有任何 Author/Person 结构化数据，也没有 publishedBy 指向组织实体。GEO 亲睐「有署名、有资历、可追溯」的内容，匿名内容的引用优先级明显更低。

建议：建立作者实体：为每位作者输出 Person schema（name、jobTitle、description、sameAs 指向 LinkedIn 等真实档案、knowsAbout），在 Article 中通过 author 引用其 @id；/about 页面同步输出组织与团队信息，形成 author → publisher → Organization 的实体链。

性能（CWV）

94/100 • 权重 10%

做得好的

✓ 移动端性能得分为 100（满分），是同批次测评中的最优表现，核心网页指标全部达标。

✓ 最大内容绘制仅 0.8 秒，远优于 2.5 秒的良好阈值，首屏渲染几乎瞬时完成。

✓ 累计布局偏移为 0，页面在加载过程中没有任何可见的元素位移，视觉稳定性极佳。

✓ 总阻塞时间 0 毫秒，主线程没有任何长任务阻塞，交互响应不存在延迟风险。

✓ 首页超文本标记语言体积仅 342 字节，服务器返回的文档极小，解析与渲染开销可忽略不计。

✓ 站内图片数量为 0，不存在未压缩大图、未设置宽高导致的布局抖动等常见性能拖累项。

待改进

高 性能满分建立在近乎空白的页面上，不能代表真实内容页表现

移动端性能得分 100、最大内容绘制 0.8 秒、累计布局偏移 0、总阻塞时间 0 毫秒，看起来是理想的性能数据，但实测首页超文本标记语言仅 342 字节，正文内容仅为“Yseo Yseo”两个词，站内 12 个被抓取页面平均每页仅 3 个词。在这种几乎没有样式表、脚本、字体与图片的页面上取得满分属于“低负载满分”，并不能外推到博客、资源指南、套餐页等真正承载内容的页面。当前数据只能证明首页的服务器响应与首屏渲染很快，无法证明全站核心网页指标达标。

建议：以真实内容页（博客文章、资源指南、套餐页、常见问题页）为对象重新测量核心网页指标，至少各取一个英文页与一个中文页；针对内容页可能出现的图片、字体、第三方脚本（如统计与搜索控制台代码）设置性能预算（例如首屏图片不超过 200 千字节、第三方脚本不超过 3 个），并把测量结果纳入持续监测。

中 全站内容极度稀薄，性能指标缺少可优化的真实资源场景

12 个被抓取页面平均正文 3 个词，全站 0 张图片、0 个内部链接、0 个外部链接、0 个二级标题、0 个三级标题，且 12 个页面中 12 个缺失元描述。这意味着站内目前既没有图片资源加载、也没有脚本执行、也没有字体请求，核心网页指标的三项数据实际上是“无内容”状态下的测量结果。一旦补上真实内容、图片与脚本，最大内容绘制、累计布局偏移、总阻塞时间都会重新分布，现有满分不可持续。

建议：在补充内容的过程中同步建立性能回归检查：每次上线新模板或新增图片、脚本、字体后重跑移动端测评，观察最大内容绘制是否仍在 2.5 秒内、累计布局偏移是否仍接近 0、总阻塞时间是否低于 200 毫秒，避免内容补齐后性能从满分骤降。

中 缺少真实用户维度的核心网页指标监测

本次所有性能结论均来自实验室单页测评（移动端性能得分 100、最大内容绘制 0.8 秒、累计布局偏移 0、总阻塞时间 0 毫秒），属于受控环境下的合成数据。站内并未提供任何真实用户监测或字段数据证据，而实验室数据无法反映不同网络、不同设备、不同地区用户的真实体验，也无法捕捉只在真实流量下出现的布局抖动与长任务。

建议：接入真实用户监测或使用公开的字段数据接口，按页面模板（首页、博客列表、博客详情、常见问题、套餐页）分别观察最大内容绘制、交互到下一次绘制与累计布局偏移的百分之七十五分位值；对中文字体与第三方脚本较重的模板单独设阈值告警。

低 站内 0 张图片，图片维度的性能优化无法验证

实测全站图片总量为 0（其中 0 张缺少替代文本），因此图片压缩、响应式尺寸、延迟加载、现代图片格式等性能维度目前既没有实施对象，也无法从现有数据判断是否具备相应的技术能力。后续一旦引入配图、截图或图标，这些将成为最大内容绘制与累计布局偏移的主要风险来源。

建议：在内容补图之前先落地图片规范：统一使用现代图片格式并预先压缩至显示尺寸、为所有图片显式设置宽度与高度属性避免布局抖动、首屏之外的图片启用延迟加载、首屏主图设置高优先级预加载，从源头避免累计布局偏移回升。

低 无交互元素导致交互性能指标缺乏参考价值

可访问性树节点仅 6 个、交互元素 0 个、地标区域 0 个、锚点 0 个、真实按钮 0 个，总阻塞时间 0 毫秒是在完全没有交互逻辑的页面上取得的。真实站点通常带有导航、菜单、订阅表单或分析脚本，这些都会引入主线程任务，当前 0 毫秒的数值无法证明实际交互场景下的响应能力。

建议：在补齐导航与交互组件后，重点复核总阻塞时间与交互到下一次绘制指标，确保长任务被拆分为不超过 50 毫秒的片段，第三方脚本采用异步或延迟加载，并对延迟加载的非关键脚本设置加载时机，保持交互响应在良好区间。

AI 搜索就绪度

42/100 • 权重 10%

做得好的

✓ 域名可正常访问：DNS 解析成功、HTTP 状态码 200，站点可被搜索引擎与 AI 爬虫抓取。

✓ 移动端 Lighthouse 表现优秀：performance=100、best-practices=100、accessibility=94、seo=91，LCP 仅 0.8s，CLS=0，TBT=0ms。

✓ robots.txt 存在且完全开放：User-agent: * / Allow: /，并显式声明 Sitemap 地址。

✓ sitemap.xml 可访问（HTTP 200，valid=True），覆盖 12 组中英对应 URL（/ 与 /zh/、FAQ、SEO 套餐、博客、llms.txt 指南、法律页面），结构规整且带 lastmod/priority。

✓ llms.txt 已部署且质量较高：包含产品摘要、定价信息（$9.99/月起）、双语结构说明（英文在根路径、简体中文在 /zh/）、核心页面清单、中文页面清单以及博客自动更新区块，是面向 AI 引擎的强正向信号。

✓ 多页抓取 12 个 URL 全部可索引，noindex 页面为 0，标题缺失为 0，说明基础索引资格没有被人为阻断。

待改进

阻断 页面正文近乎为空，AI 无法提取可引用内容

首页 HTML 仅 342 字节，可见正文只有 'Yseo Yseo' 两个词；多页抓取 12 个 URL 的平均词数仅为 3，全站 H2 区块总数为 0。/about 与 /contact 抓取到的内容同样只有模板样式代码与 'Yseo' 文本，没有任何实质段落。这意味着 ChatGPT、Perplexity、Google AI Overviews 等引擎抓取到的是一张近乎空白页，无法生成任何可引用的答案片段，llms.txt 中描述的产品能力与实际页面内容严重脱节。

建议：改为服务端渲染或对关键路由做预渲染（如首页、/faq、/seo-plans、/blog 及对应 /zh/ 页面），确保返回的 HTML 中直接包含完整正文：产品定位、功能模块（GEO 分析、GSC 接入、关键词排名追踪、llms.txt 生成、PDF 报告）、定价方案、常见问题问答等。目标为每个页面至少 300-800 字的实质内容，并避免把核心文本仅放在客户端 JS 渲染之后。

高 12 个页面全部缺失 meta description

多页抓取结果显示 titles missing: 0，但 meta descriptions missing: 12；首页 meta description 为空字符串，全站无一条描述信息。元描述是 AI 引擎摘要与结果卡片的重要素材来源，全部缺失会显著降低被引述和被点击的概率。

建议：为每个页面单独撰写 120-160 字符的元描述，覆盖核心关键词（如 'AI SEO 工具'、'GEO 生成式引擎优化'、'Google Search Console 集成'），并按 / 与 /zh/ 两套语言分支做本地化，避免中英文互相复制。

高 全站缺少 H2/H3 标题层级与语义结构

首页 H2 数量为 0、H3 数量为 0，H2 列表为空；多页抓取显示 12 个页面的 H2 区块总数为 0。页面只有 1 个 H1（'Yseo'），没有任何分节结构。生成式引擎倾向于按小节抽取答案，缺少标题层级会让内容无法被切片引用。

建议：为每个页面建立清晰的 H2/H3 结构，例如首页拆分为 'Yseo 是什么'、'核心功能'、'GEO 与 SEO 的区别'、'定价方案'、'常见问题'；FAQ 页面用每个问题作为 H2 或 H3，答案紧随其后，便于 AI 直接抽取问答对。

高 页面之间零内部链接，抓取与上下文传递依赖 sitemap

首页内部链接数为 0、外部链接数也为 0，页面之间没有任何可点击或可爬取的链接关系。整站的页面发现完全依赖 sitemap.xml，AI 爬虫与搜索引擎无法通过链接锚文本理解 'Yseo 是什么'、'SEO 套餐'、'什么是 llms.txt' 等页面之间的语义关联。

建议：在页头/页脚与正文中建立内部链接网络，至少覆盖 /faq、/seo-plans、/blog、/resources/what-is-llms-txt、/about、/contact 及对应 /zh/ 版本，并使用描述性锚文本；在博客文章之间做主题互链，形成可被 AI 理解的实体关系图。

中 首页缺少 canonical 标签

抓取结果显示 canonical 为 None，首页未声明规范网址。站内同时存在英文根路径与 /zh/ 中文路径，且 sitemap 中两者成对出现，缺少 canonical 会放大重复与归属判断的不确定性。

建议：为每个页面添加自引用 canonical（如英文页指向自身，/zh/ 页指向自身中文版本），并确保与 hreflang 声明一致，避免中英页面被判定为重复内容。

中 缺少 hreflang 标注，双语结构对 AI 引擎不透明

sitemap.xml 与 llms.txt 都明确说明英文页面在根路径、简体中文页面在 /zh/，但返回的 HTML 中未出现任何 hreflang 标注（页面 HTML 仅 342 字节，不含 link 标签）。对人类读者与语言模型而言，中英页面的对应关系目前只靠 llms.txt 一段文字说明来传达。

建议：在中英对应页面的 head 中成对添加 hreflang（zh-Hans、en 及 x-default），并在页面上提供语言切换链接，使语言归属与对应关系在页面层即可验证。

中 未见结构化数据标记

在返回的 HTML 内容中未见任何 JSON-LD 或 schema.org 标记。llms.txt 已描述该产品为面向站长的 AI SEO/GEO 工具、提供免费方案与 9.99 美元/月起付费方案、并列出 FAQ 与博客，但这些实体与问答信息没有任何机器可读的结构化标记承载，AI 引擎只能依赖纯文本推断。

建议：补充 SoftwareApplication/Product（含 offers 与 price）、Organization、FAQPage（对应 /faq 与 /zh/faq 的真实问答）、BreadcrumbList 以及 BlogPosting（文章页含 author、datePublished）等结构化数据。

图片

20/100 · 权重 5%

做得好的

✓ 全站 0 张图片，因此 0 张缺失替代文本，不存在图片相关的无障碍缺陷，这也是移动端可访问性得分 94 分未因图片被扣分的原因之一。

✓ 页面累计布局偏移为 0，部分得益于页面没有任何图片元素，不存在未预留尺寸导致的图片抖动风险。

✓ 移动端最大内容绘制仅 0.8 秒、总阻塞时间 0 毫秒、性能评分 100 分，轻量无图的首屏结构为后续引入图片资源留出了充足的性能预算。

✓ 最佳实践评分 100 分，说明当前虽无图片，但也不存在混合内容、失效图片链接等图片类反模式。

✓ robots.txt 对全部抓取代理开放（Allow: /），站点地图可正常访问且校验有效，未来新增的图片资源与图片站点地图可被顺利抓取。

✓ 站点地图共列出 12 个可索引页面，覆盖英文与简体中文双语言树，为后续逐页补齐配图提供了清晰的落点清单。

待改进

高 全站未部署任何图片资源，多模态内容完全缺失

抓取证据显示图片总数为 0 张，移动端与桌面端两个视口（1920x1080、750x1624）下均无任何图片元素。首页正文仅 3 个词、超文本标记只有 342 字节；多页抓取 12 个地址，每页平均 3 个词。在这种纯文字（甚至近乎无文字）的结构下，图片是唯一能补充语义与视觉可信度的载体，而当前完全空白。生成式引擎优化研究中，具备多模态元素的内容被选中概率高出约 156%，零图片意味着主动放弃这一加权项。

建议：在首页、常见问题、套餐页与博客文章中各部署至少 1 至 2 张原创视觉资产：产品界面原始截图、功能流程图、套餐对比信息图。统一采用现代格式（WebP 或 AVIF）并配置多尺寸响应式源集，为每张图显式声明宽高以避免布局偏移，首屏以下的图片启用延迟加载，确保性能评分维持在 100 分附近。

高 缺少可被生成式引擎引用的数据图表与信息图

站点定位为搜索引擎优化与生成式引擎优化工具，内容主题本身高度依赖数据可视化（排名趋势、抓取日志、引用来源分布），但抓取的 12 个页面没有任何图表、示意图或截图。全站 0 个二级标题、0 个三级标题、每页平均 3 个词，意味着既无可提取的图表数据，也无结构化图表说明文字可供模型引用。缺少图表会同时削弱可引用性与多模态两个评分维度。

建议：为关键页面补充带标题与来源标注的原创图表：例如搜索控制台曝光与点击率对照图、生成式引擎引用来源占比图、抓取预算分配示意图。每张图表下方配 134 至 167 词的自包含说明段落，图注中写明数据口径与统计时间，使模型可以单独抽取图表结论作为引用片段。

中 图片替代文本实践为零，图片无障碍与图片语义资产均未建立

证据记录图片 0 张、缺失替代文本 0 张，比例为 0% 对 0%，说明站点并非「图片多但替代文本缺失」，而是尚未建立任何图片语义层。无障碍树节点仅 6 个、交互元素 0 个，页面本身也缺少可承载图片语义的容器结构。对依赖文本抓取的人工智能爬虫而言，没有替代文本的图片等同于不可读内容。

建议：制定替代文本写作规范并随首批配图一并落地：描述性替代文本需说明图片传达的信息而非罗列关键词，装饰性图片标注空替代文本。为信息图提供等价的文字摘要段落，确保不丢失图表中的关键数据。上线后按页抽查，目标是把替代文本覆盖率稳定保持在 95% 以上。

中 超文本标记仅 342 字节，无法承载社交与生成式引擎分享缩略图元数据

首页超文本标记总量为 342 字节，且无描述元标签、无规范链接、无任何图片资源。这一体量在物理上无法容纳开放图谱图片、社交卡片图片或图片预加载声明等元数据。当页面被分享到对话式人工智能、社交平台或即时通讯工具时，不会产生任何缩略图，显著降低点击意愿；生成式引擎结果中的视觉条目同样无法呈现。

建议：为每个页面添加开放图谱图片与社交卡片图片标签，统一使用 1200 像素 × 630 像素、文件体积控制在 200 千字节以内的定制封面图，并在图中固定放置品牌标识与页面标题。同时声明社交卡片类型为大幅图卡，确保分享与引用场景下视觉呈现一致。

低 站点地图未包含图片扩展，图片资源无法独立被发现

站点地图可正常访问且校验有效，共列出 12 个页面地址，但条目中不含图片扩展节点。当前由于站点本身没有任何图片，这一缺口暂未造成实际损失；一旦开始配图而不更新站点地图，图片将只能依赖页面内链接被发现，抓取路径变窄，在图片搜索与多模态召回中的表现会受到限制。

建议：在首批配图上线后，同步为站点地图条目补充图片扩展字段，标注图片地址、标题与图注。按页面类型分组维护（首页、套餐页、博客），并在每次发布新配图时同步更新站点地图，使图片资源获得独立的抓取入口。

低 **缺少图片结构化数据，视觉内容无法被标注为实体**

抓取证据中没有检出任何图片类结构化数据。图片资源尚未建立，因此图片对象标注、产品截图标注、品牌标识标注等均处于空白状态。缺少结构化标注会使图片无法与品牌、产品、作者等实体建立关联，削弱生成式引擎在需要视觉证据时的选用概率。

建议：在配图落地后，为关键图片补充图片对象标注，注明内容地址、说明文字、宽高尺寸与版权信息；品牌标识、产品截图与信息图分别对应组织、产品与文章实体，并通过实体标识字段与全站其他标注互相引用，形成可验证的视觉实体网络。

AI 搜索平台就绪度

Google AI Overviews 16%

主要限制：全站页面平均正文仅约 3 个词，无二级标题小节、无元描述、无内外链，缺少任何可被摘要引用的实质内容，也未部署结构化数据，因此难以进入概览式答案的候选来源。

Google AI Mode 14%

主要限制：站点几乎没有可解析的正文语料与问答式表述，无法支撑多轮查询拆解、要点聚合与出处链接，且缺失元描述与结构化数据等基础信号。

ChatGPT Web Search 26%

主要限制：抓取许可、站点地图与站点说明文件均已就绪，但页面内容近乎空白，没有可供回答直接引用与整合的段落，摘要型引擎无法据此生成带出处的答案。

Perplexity AI 23%

主要限制：缺少可引用的正文段落、列表与信息来源标注，页面引用密度为零，难以被选为答案来源并附上可信出处。

Bing Copilot 29%

主要限制：正文内容极度单薄且无结构化数据、无元描述、无小节划分，仅靠抓取许可与站点地图无法形成可被引用的答案素材。

分阶段行动计划

Phase 1: 阻断性问题

第 1 周

- 为每个模板页面填充真实正文：首页写清产品定位、核心功能与定价摘要，常见问题、套餐、博客、关于、联系、条款、隐私等页面各写对应内容；单页正文建议不少于 300 至 600 字，并用 H2/H3 组织分节，避免所有页面共用同一句占位文本。
- 为每个 URL 撰写真实正文内容：首页至少 500-800 字的产品说明（是什么、解决什么问题、面向谁、核心功能、与其他工具的区别），about/contact/faq/seo-plans 等页面各自提供独立且有信息量的说明文字，博客文章补全完整正文。内容必须在服务端返回的 HTML 中直接可见，而非运行脚本后才有。
- 改为服务端渲染（SSR）或静态预渲染（SSG），确保正文、标题、内链、面包屑、结构化数据均出现在初始 HTML 响应中。可用 curl 或关闭 JS 的方式自查：若正文不可见，则 AI 与部分搜索引擎同样看不到。
- 为每个页面撰写真实正文内容：首页至少包含 600-1000 字的产品价值说明，并遵循“先给结论”的写法，在开头 40-60 字内直接说明 Yseo 是什么、解决什么问题；同时为 about、contact、seo-plans、faq、blog 等页面分别提供各自独立的实质内容，确保服务端返回的 HTML 中即包含这些文字（不依赖脚本渲染）。
- 为全部 24 个中英文页面逐一编写 120-155 字符的独立元描述，内容需包含页面主题 + 具体差异点（例如“Yseo：GEO 分析 + Search Console 接入 + 关键词排名追踪，免费套餐可用”），并保证同一页面中英版本各自本地化，避免双语互相重复。
- 为每个页面注入 JSON-LD 结构化数据，优先级顺序：首页 Organization + WebSite（含 SearchAction）、博客文章 BlogPosting/Article、定价页 Product/Offer、关于页 AboutPage/Organization、FAQ 页 FAQPage、全站 BreadcrumbList。务必使用 `@graph` 或统一 `@id` 做实体互链（Organization → WebSite → WebPage → Article.publisher）。部署后用 Google 富结果测试与 Schema Markup Validator 校验，并在 Search Console「增强功能」中跟踪解析结果。
- 先补齐真实可索引内容，再叠加结构化数据：首页提供 40-60 词的直答式产品定义、功能清单、定价摘要；各页面补写唯一 meta description；博客补正文与发布日期。结构化数据必须与可见内容一致，切勿用 schema 标注页面上不存在的信息。
- 改为服务端渲染或对关键路由做预渲染（如首页、/faq、/seo-plans、/blog 及对应 /zh/ 页面），确保返回的 HTML 中直接包含完整正文：产品定位、功能模块（GEO 分析、GSC 接入、关键词排名追踪、llms.txt 生成、PDF 报告）、定价方案、常见问题问答等。目标为每个页面至少 300-800 字的实质内容，并避免把核心文本仅放在客户端 JS 渲染之后。

Phase 2: 高优先级

第 2–3 周

- 为每个页面撰写独立的元描述，长度控制在约 50 至 160 个字符，包含目标关键词与行动号召；英文页面与 /zh/ 简体中文页面必须分别撰写，避免重复描述。
- 为每个 URL 单独编写 120-155 字符的 meta description，包含该页主题、目标用户与该页能提供的具体信息（如“Yseo 的 GEO 分析如何检测 ChatGPT/Perplexity 引用”“SEO 套餐 Trial/Standard/Pro 的对比与样例报告”），避免全站复用同一句品牌口号。
- 按信息主题为每个页面规划 H2/H3：首页用 H2 划分“Yseo 是什么”“核心功能”“GEO 分析与 GSC 集成”“套餐与价格”“常见问题”；指南与博客页用 H2/H3 直接呈现用户提问式小标题，便于被 AI 答案作为片段引用。
- 在首页与各页面中建立真实可点击的内链：首页链接到 faq、seo-plans、blog、resources/what-is-llms-txt、about；博客文章之间互相引用并回链到相关产品页；对高价值权威来源（Google Search Console 官方文档、llms.txt 规范等）添加 2-5 个外部引用链接。
- 逐一检查 sitemap 中列出的 28 条 URL：任何无正文的页面要么补齐真实内容，要么从 sitemap 与 llms.txt 中移除，避免向搜索引擎与 AI 提交低质/空页面。优先补齐博客文章与 resources 指南，它们是最可能被 AI 引用的内容类型。
- 为每个页面建立完整的 H1 → H2 → H3 层级，H2 尽量采用问题式写法以匹配真实提问（如“Yseo 的 GEO 分析如何工作？”“免费套餐包含哪些功能？”），每个 H2 小节控制在 2-4 段、配一个直接作答的开头句。
- 补齐全站导航（页头/页脚）、面包屑与正文内链：首页应链接至 seo-plans、faq、blog、about、resources/what-is-llms-txt 等核心页面；每篇博客文章应链接到相关

产品页与至少 2 篇同主题文章；并使用语义化 <a> 元素而非脚本绑定点击事件，确保 AI 爬虫可解析。

- 为产品页补充真实界面截图、流程图与数据图表，并为每张图片填写描述性替代文本；在 seo-plans 页面加入套餐对比表格；考虑在 resources/what-is-llms-txt 页面提供可复制的文件模板或小工具，形成可被引用的交互型资产。

Phase 3: 中优先级

第 4–6 周

- 在每个页面输出指向自身规范地址的自引用 canonical 标签，并保持站内链接与 sitemap 中 URL 形式与 canonical 完全一致；双语对应页面不要互相指向 canonical。
- 添加全站导航栏与页脚链接，把首页、常见问题、套餐、博客、关于、联系、条款、隐私、退款等页面互相连通；博客文章之间补充相关文章与栏目页的上下文内链。
- 每页保留唯一 H1 概括页面主题，并按内容逻辑补充 H2/H3 小节标题，覆盖功能、定价、集成方式、常见问答等主题，形成可被解析的大纲结构。
- 为每篇文章与指南添加作者署名（含专业背景）、发布日期与最后更新日期，并在正文中标注数据与结论的一手来源链接；在 About 页说明团队与产品背景，形成可核验的实体信息。建议建立固定的内容更新排期，让页面保持新鲜度。
- 将 H1 改写为可读的主题陈述，例如“Yseo：面向站长的 AI SEO 与 GEO 优化工具”，并让各子页面 H1 与其具体主题一致（如“Yseo 定价方案”“什么是 llms.txt？”）。
- 在每个页面的 <head> 中输出指向自身的绝对地址 canonical（自指规范化），并为中英双语页面配置成对的 hreflang 标签，明确 / 与 /zh/ 的语言归属，避免出现替代页判定偏差。
- 为每个页面编写独立的“页面主题 + 品牌”式标题，长度控制在 50-60 字符，例如首页可用“Yseo：面向站长的一体化 SEO 与 GEO 分析工具”，about 页面使用“关于我们 | Yseo 团队与产品由来”，确保任意两个页面标题不重复。
- 在文章与产品页顶部展示“发布日期 / 最后更新日期”，并为作者补充可核验的署名、职务与资质说明；配合 Article、Person、Organization 结构化数据标注作者、发布日期与机构信息，使权威信号在页面与结构化数据两侧同时可见。

Phase 4: 优化与长期

持续

- 将标题扩展为「品牌 + 核心关键词 + 价值主张」的形式（例如品牌名加「AI SEO 与 GEO 分析工具」等描述），为每个栏目页与文章页撰写差异化标题，并控制长度避免被截断。
- 为每个页面添加自指向的 rel=canonical，并在英文与中文对应页面之间补充 hreflang（en / zh-Hans）标注，明确两个语言版本各自的规范地址。
- 在产品页与 SEO 套餐页补充真实截图（如 GEO 分析结果、样例报告），并为每张图片编写描述性 alt 文本，使图片同时服务于可访问性与内容理解。
- 在全站维护一份显式指令策略：正文与产品页输出 index, follow，薄内容或未完成页面在补齐内容前可暂设 noindex；如需控制 AI 摘要片段长度，可配合 max-snippet 使用，并在 robots.txt 中保持对 GPTBot、OAI-SearchBot、ClaudeBot、PerplexityBot 的放行。
- 在 WebPage/Article 层级使用 inLanguage（英文 en、中文 zh-Hans）声明语言，配合页面的 hreflang 互指标签，并在 schema 中用 translationOfWork / workTranslation 或 alternateOf 关联同一内容的中英文版本，使 AI 能识别这是一个内容的两个语言版本而非重复页面。
- 在内容补图之前先落地图片规范：统一使用现代图片格式并预先压缩至显示尺寸、为所有图片显式设置宽度与高度属性避免布局抖动、首屏之外的图片启用延迟加载、首屏主图设置高优先级预加载，从源头避免累计布局偏移回升。
- 在补齐导航与交互组件后，重点复核总阻塞时间与交互到下一次绘制指标，确保长任务被拆分为不超过 50 毫秒的片段，第三方脚本采用异步或延迟加载，并对延迟加载的非关键脚本设置加载时机，保持交互响应在良好区间。
- 在 /about 页面补充团队与公司实体信息（可用 Organization 标记强化），并在站内引用或链接其公开社区内容与工具说明页面；如需提升 AI 引用概率，可同步在 YouTube 与 Reddit 等平台建立可被交叉验证的品牌露出。

Yseo · SEO 智能诊断 · 本报告自动生成于 2026-10-09 22:13
本报告基于对公开页面的自动抓取与 AI 分析，用于指导优化决策；不构成排名承诺，也不替代人工复核。