



← 技术资料 ■ [SEO / TECHNICAL CHECKLIST]

# SEO 技术检查清单

官网上线前后，先确认抓取、索引、移动端和旧站跳转没有出问题。

PUBLISHED\_

2026年5月8日

UPDATED\_

2026年5月8日

READING\_

约 10 分钟

下载 PDF

目录

9 个章节

+

## 1. 基础监测是否接好

如果没有监测工具，网站上线后出了问题也很难判断原因。先确认这些基础工具是否已经接好。

自查项	需要确认什么	状态
Google Search Console	是否已验证网站域名或 URL 前缀	通过 / 需修 / 待确认
Bing Webmaster Tools	是否已验证并提交站点	通过 / 需修 / 待确认
GA4	是否能收到真实访问数据	通过 / 需修 / 待确认
表单与联系按钮	是否能记录表单提交、点击邮箱、点击电话等动作	通过 / 需修 / 待确认

自查项	需要确认什么	状态
下载资料	如果网站有 PDF 或资料下载，是否能记录下载事件	通过 / 需修 / 待确认

对询盘型官网，至少应该能看到这些动作：

表单提交成功。

点击邮箱、电话、WhatsApp、微信或其他联系入口。

点击“获取报价”“提交网站诊断”“提交需求”等按钮。

下载资料或打开关键 PDF。

如果现在只能看到访问量，看不到有效动作，就很难判断网站有没有真正承接询盘。

## 2. 抓取与索引是否正常

---

### 2.1 页面状态码

先抽查核心页面是否返回正常状态。

优先检查：

首页。

服务页或产品页。

案例页。

重点文章或 FAQ 页。

关于页。

联系页。

判断标准：

情况	应该看到什么
正式页面	返回 200
永久换地址的页面	返回 301 到相关新页面
已删除且没有替代内容的页面	返回 404 或 410
不存在的 URL	不要伪装成正常页面

如果核心页面不是 200，或者所有错误页面都跳到首页，需要让技术人员先处理。

## 2.2 robots.txt

robots.txt 不能误拦正式页面。

请确认：

正式站没有保留测试期的 Disallow: /。

没有误拦服务页、产品页、案例页、文章页或联系页。

CSS、JS、图片等渲染资源没有被误拦。

robots 文件里指向的是当前正式 sitemap。

测试站可以拦，正式站不要带着这段上线：

```
User-agent: *  
Disallow: /
```

## 2.3 sitemap

sitemap 是告诉搜索引擎“这些 URL 值得发现”的辅助文件，不是收录保证。

请确认：

sitemap 能正常访问。

sitemap 已提交到 Google Search Console 和 Bing Webmaster。

sitemap 只包含正式页面。

不包含测试页、草稿页、感谢页、站内搜索页、参数页、重复页。

`lastmod` 不要每天机械刷新全站。

如果 sitemap 里混入大量无价值页面，会让搜索系统更难判断哪些页面重要。

## 2.4 canonical

canonical 用来告诉搜索系统哪个 URL 是主版本。

请抽查：

每个正式页面 canonical 是否指向自己或正确主版本。

canonical 是否使用正式域名。

canonical 是否指向返回 `200` 的页面。

canonical 是否和 sitemap 中的 URL 一致。

是否误把所有页面 canonical 到首页。

是否误指向测试域名。

如果 canonical 混乱，页面即使能打开，也可能被搜索系统归到错误版本。

## 2.5 noindex

`noindex` 适合排除内部页，不能误加到正式页面。

适合 `noindex` 的页面：

登录页。

感谢页。

内部预览页。

站内搜索结果页。

重复筛选页。

不应 `noindex` 的页面：

首页。

核心服务页或产品页。

案例页。

重点文章页。

关于页。

联系页。

### 3. 页面内容是否能被读到

---

搜索系统需要读到实质内容。一个页面看起来很漂亮，不代表它的内容能被搜索系统稳定理解。

请检查核心页面：

H1、正文、服务说明、案例摘要、FAQ、CTA 是否在页面 HTML 中可读。

重要文字是否没有只放在图片里。

首屏是否说明这个页面解决什么问题。

正文是否有解释、证据和下一步动作。

是否不需要用户点击后才加载全部核心内容。

是否不完全依赖客户端 JS 才出现正文。

对 B2B 官网来说，服务页、案例页和观点页至少要让人看清：

这页解决什么问题。

适合哪类客户或场景。

有什么证据、案例或判断。

看完以后应该去服务页、案例页、观点页还是联系页。

如果页面只有口号、图片和按钮，技术上可能能打开，但搜索和 AI 摘要都很难判断它是否值得推荐。

## 4. 搜索结果承诺是否一致

搜索结果里的 Title 和 description，是用户点击前看到的第一层承诺。点进来以后，首屏要兑现这个承诺。

### 4.1 Title

好的 Title 不需要夸张，但要说明页面主任务。

页面类型	不建议	可参考的写法
服务页	SEO Service	B2B 国际业务官网重构与搜索承接
案例页	Case 01	制造业官网从展示页到询盘承接页的重构案例
观点页	GEO Guide	B2B 官网内容如何写得更容易被 AI 摘要引用

### 4.2 Meta description

请检查每个重点页面的 description 是否写清：

页面回答什么问题。

适合谁看。

读完能获得什么判断或清单。

下一步可以做什么。

避免：

每页重复同一段。

只写品牌口号。

堆关键词。

承诺“快速排名”“保证收录”“询盘翻倍”。

### 4.3 H1 / H2

每页需要一个清楚的 H1。H2/H3 不是为了视觉大小，而是为了让页面结构能被人 and 机器看懂。

服务页 H2 可以检查是否覆盖：

这个服务解决什么问题。

适合谁。

不适合谁。

交付范围是什么。

常见误解是什么。

下一步如何判断。

案例页 H2 可以检查是否覆盖：

原问题。

调整动作。

页面结构变化。

业务意义。

证据边界。

观点页 H2 更适合写成真实问题，而不是泛栏目名。

### 4.4 图片 alt

`alt` 不是关键词仓库。它帮助人和机器理解图片内容。

请检查：

产品图是否写清产品或使用场景。

案例图是否写清页面或业务动作。

图表是否写清核心含义。

装饰图是否没有硬塞关键词。

## 5. 移动端与速度是否影响使用

---

移动端不是只看“能打开”。很多买家第一次查看、转发或内部讨论，都是在手机上完成的。

### 5.1 移动端自查

请用手机打开核心页面，检查：

是否没有横向溢出。

正文字号是否可读。

按钮是否容易点击。

表单字段是否不拥挤。

表格是否能阅读。

导航是否不遮挡正文。

弹窗是否不阻断阅读。

图片是否不会把首屏压得过长。

CTA 是否不和浏览器底部区域冲突。

### 5.2 PageSpeed / Core Web Vitals

PageSpeed Insights 是诊断工具，不是 SEO 合格证。

建议按这个顺序看：

1. 页面能访问、返回 `200`、有可索引内容。
2. 再看 LCP、INP、CLS、HTTPS、移动端可用。
3. 最后用 Lighthouse 建议定位具体问题。

优先处理：

首屏大图过重。

图片未压缩。

布局抖动。

过量第三方脚本。

阻塞渲染资源。

表单交互延迟。

移动端横向滚动。

不要为了单次跑分牺牲：

案例证据。

清楚正文。

可信图片。

必要表单。

正常分析埋点。

## 6. Schema 是否使用得当

---

Schema 是机器提示层，不是排名按钮，也不是富结果保证。

它适合标明：

这是一个组织。

这是一个网页。

这是一篇文章。

这是一个服务。

这是面包屑路径。

这是页面上真实存在的 FAQ。

这是页面上真实存在的步骤。

优先检查这些类型：

类型	适用页面	边界
Organization	全站或关于页	组织名称、Logo、官网、联系方式要真实
WebSite / WebPage	全站基础	与页面 URL、标题、描述一致
BreadcrumblList	有层级的页面	页面层级要真实
Article	观点、新闻、指南	正文、作者、时间要真实
Service	服务页	页面上要有可见服务内容和交付边界
FAQPage	有真实 FAQ 的页面	问答必须在页面可见
HowTo	有明确步骤的教程页	步骤必须完整可见

不要做：

页面没有 FAQ，却硬加 FAQPage。

没有评分，却写 Review 或 AggregateRating。

Schema 内容和页面可见内容不一致。

用结构化数据包装虚假的客户案例或效果数字。

只看验证通过，不看真实搜索结果表现。

## 7. 旧站改版是否有承接

---

旧站改版最容易丢掉的，是已有收录、外链和品牌搜索路径。

### 7.1 先盘点旧 URL

改版前导出：

已收录 URL。

有自然搜索点击的 URL。

有外部链接的 URL。

有询盘转化的 URL。

有广告或社媒投放指向的 URL。

销售经常发给客户的 URL。

不要只按新设计稿建页面，却不处理旧路径。

### 7.2 301 映射

不是所有旧 URL 都应该跳首页。

旧页面情况	处理
有对应新页面	301 到最相关新页面
内容合并	301 到合并后的主页面
内容过期但有替代方案	301 到最接近的替代页

旧页面情况	处理
无价值、无流量、无替代	返回 404 或 410
参数页或重复页	统一到主版本或明确 noindex

大量旧页面全部跳首页，会让用户和搜索系统都失去上下文。

### 7.3 404 页面

404 不要自动跳首页。它应该给出补救路径：

返回首页。

服务页入口。

案例页入口。

观点页入口。

联系入口。

### 7.4 重复页

旧站常见重复来源：

多个产品分类页内容近似。

标签页批量生成。

参数筛选页。

多语言自动翻译页。

打印页。

HTTP/HTTPS 或 www/非 www 双版本。

旧 CMS 自动生成附件页。

处理原则：

有独立搜索价值的页面保留并补内容。

无独立价值的页面合并、noindex 或删除。

重复版本用 canonical 或 301 收敛。

## 8. 上线后如何回看

---

### 第 1 天：排除上线事故

正式域名可访问。

核心页面返回 `200`。

HTTPS 正常。

robots 未误拦。

sitemap 可访问。

canonical 指向正式 URL。

表单能提交。

GA4 有访问数据。

GSC 能检查核心 URL。

移动端无明显错位。

### 第 1 周：看抓取与索引

sitemap 是否成功读取。

核心页面是否被发现。

是否出现异常 `404`。

是否有服务器错误。

是否有被 robots 阻止的正式页面。

URL 检查结果是否能抓取。

页面标题和摘要是否被正确理解。

新站一周内没有大量收录，不等于失败。先确认没有技术阻断。

## 第 2-4 周：看真实搜索结果

品牌词是否出现正确页面。

核心服务词是否有展现。

Title 是否被重写。

摘要是否准确。

哪些查询词有展现但无点击。

哪些页面被发现但未索引。

这时先看页面有没有被归到正确问题下，不要只盯排名。

## 第 1-3 个月：建立复盘节奏

展现增长是否来自目标查询。

CTR 低是标题问题还是意图不匹配。

点击后是否有继续动作。

核心页面是否需要补 FAQ、案例或证据。

是否有新 404、重复页、canonical 异常。

Core Web Vitals 是否出现真实用户问题。

询盘质量是否和页面承诺一致。

# 9. 一页式检查表

---

模块	检查项	状态	备注
监测	Google Search Console 已验证	待查 / 通过 / 需修	
监测	Bing Webmaster 已验证	待查 / 通过 / 需修	
监测	GA4 已安装并有数据	待查 / 通过 / 需修	
监测	表单、下载、联系按钮有事件记录	待查 / 通过 / 需修	
域名	HTTPS 正常	待查 / 通过 / 需修	
域名	www / 非 www 已统一	待查 / 通过 / 需修	
域名	http 统一 301 到 https	待查 / 通过 / 需修	
状态码	核心页面返回 200	待查 / 通过 / 需修	
状态码	删除页面返回 404 或 410	待查 / 通过 / 需修	
状态码	永久迁移页面返回 301	待查 / 通过 / 需修	
robots	未误拦正式页面	待查 / 通过 / 需修	
robots	允许访问 CSS / JS / 图片资源	待查 / 通过 / 需修	
sitemap	sitemap 可访问	待查 / 通过 / 需修	
sitemap	sitemap 只包含正式页面	待查 / 通过 / 需修	
sitemap	已提交到 GSC / Bing	待查 / 通过 / 需修	
canonical	核心页面 canonical 自治	待查 / 通过 / 需修	
canonical	canonical 指向 200 正式 URL	待查 / 通过 / 需修	

模块	检查项	状态	备注
索引	正式页面未误加 noindex	待查 / 通过 / 需修	
正文	页面有可索引正文	待查 / 通过 / 需修	
正文	重要内容不只存在于图片或脚本中	待查 / 通过 / 需修	
元信息	Title 对应页面主任务	待查 / 通过 / 需修	
元信息	Meta description 准确补充页面承诺	待查 / 通过 / 需修	
标题	每页有清楚 H1	待查 / 通过 / 需修	
标题	H2/H3 结构承接真实问题	待查 / 通过 / 需修	
图片	关键图片有有意义 alt	待查 / 通过 / 需修	
内链	首页、服务、案例、观点、联系互相承接	待查 / 通过 / 需修	
移动端	无横向溢出	待查 / 通过 / 需修	
移动端	正文、按钮、表单可读可点	待查 / 通过 / 需修	
性能	LCP / INP / CLS 无明显风险	待查 / 通过 / 需修	
性能	首屏图片、脚本、字体不过重	待查 / 通过 / 需修	
Schema	Organization / WebPage 等基础标记合理	待查 / 通过 / 需修	
Schema	Article / Service / FAQ 等与可见内容一致	待查 / 通过 / 需修	
改版	旧 URL 已盘点	待查 / 通过 / 需修	
改版	301 映射按页面意图处理	待查 / 通过 / 需修	

模块	检查项	状态	备注
改版	404 页面有继续承接路径	待查 / 通过 / 需修	
回看	上线后已检查 GSC URL 状态	待查 / 通过 / 需修	
回看	已抽查真实搜索结果标题与摘要	待查 / 通过 / 需修	
回看	已建立月度复盘节奏	待查 / 通过 / 需修	

## 可以拿现有官网对照一遍。

如果不确定问题在技术、内容还是联系入口，可以带着页面先做一次诊断。

提交网站诊断

下载 PDF

\_RELATED DOCS

GEO / CITABLE CONTENT GUIDE

### GEO 可引用内容指南

看服务页、案例页和观点内容，能不能被理解、引用，能不能让人继续问下去。

U UPDD

UPDD 帮企业诊断官网问题，重建外贸网站、跨境独立站和企业官网。

服务能力

精选案例

观点见解

关于我们

联系我们

