

01 / SCOPE

美妆个护 官网 AI Readiness 入口页样本观察

品牌故事之外，官网还需要可核验的信息结构

19

本次尝试采集

13

纳入描述性统计

6

隔离或未完成

采集与发布版本：2026-09-21 / R3

独立静态 HTTP 响应批次，不与 9/16—9/17 历史数据混算。

只观察本次返回页面的四类声明，不运行 JavaScript，不测试模型回答，不衡量 AI 推荐、引用、排名或商业转化。

本次入口：中文入口 11 份、全球/国际页面 2 份；品牌/商城入口 9 份、集团/企业入口 4 份。网络环境与站点地区跳转会影响落地页，不能将本批次称为中国站统一测试或全行业排名。

02 / RESULT

先看本次响应中能确认的声明

13 份纳入响应中，3 份检出了可解析 JSON-LD 类型。

可解析 JSON-LD 类型	3/13 (23.1%)
页面描述声明	9/13 (69.2%)
canonical 声明	6/13 (46.2%)
完整 OG 三项声明	4/13 (30.8%)

“检出”不等于正确、完整或被模型采用。入口页未检出，也不能证明全站缺少该能力。四项互不相加，不构成准备度总分。

分母只包括身份和页面范围已核对、响应完整、该字段有明确解析结果的样本。JSON-LD 解析失败且未取得类型时，该项不进分母。HTTP 失败与身份不明不计零分。

OG 三项指 og:title、og:description、og:image 的非空声明。canonical 只检查非空声明，不验证目标正确性；页面描述不判断语义质量。

03 / EVIDENCE

让数字对应到每条记录

编号延续采集清单顺序，不代表排名。真实站点、最终 URL、时间、页面响应及 SHA-256 保存在复核底稿；公开版提供匿名结果。

样本	状态	JSON-LD	描述	canonical	OG 三项
BEA-01	未完成	不计	不计	不计	不计
BEA-02	纳入	检出	检出	检出	检出
BEA-03	纳入	未检出	检出	检出	未检出
BEA-04	纳入	未检出	检出	未检出	未检出
BEA-05	隔离	不计	不计	不计	不计
BEA-06	纳入	未检出	未检出	未检出	未检出
BEA-07	未完成	不计	不计	不计	不计
BEA-08	纳入	未检出	未检出	未检出	未检出
BEA-09	纳入	未检出	检出	检出	检出
BEA-10	纳入	检出	检出	检出	检出
BEA-11	纳入	检出	检出	检出	检出
BEA-12	隔离	不计	不计	不计	不计
BEA-13	隔离	不计	不计	不计	不计
BEA-14	纳入	未检出	检出	未检出	未检出
BEA-15	纳入	未检出	未检出	检出	未检出
BEA-16	纳入	未检出	检出	未检出	未检出
BEA-17	纳入	未检出	未检出	未检出	未检出
BEA-18	隔离	不计	不计	不计	不计
BEA-19	纳入	未检出	检出	未检出	未检出

抓取与身份核对发生在 2026-09-21 UTC，未回填历史地区版本。页面语言以可见内容核对，HTML lang 声明可能与正文不一致。

本行业匿名记录 SHA-256: 7c07c36afd22b15fe703e64a7a6821636306d9eabaf91c4e1557e0ec87196382

04 / DIAGNOSIS

页面信号与行业问题， 需要分开解释

基础声明不等于事实质量

页面描述检出 9/13 (69.2%)，可解析 JSON-LD 类型检出 3/13 (23.1%)。对美妆个护企业，下一步更值得核对品牌主体、产品系列、成分说明、适用人群与功效证据。

采集与范围如何影响分母

BEA-01：本次未取得完整 HTTP 200 响应；不推断为网站质量问题；BEA-05：最终页面为香度，与目标自然堂不符；BEA-07：本次未取得完整 HTTP 200 响应；不推断为网站质量问题；BEA-12：仅取得 React App 空壳，未从响应中确认目标身份；BEA-13：跳转到第三方电商店铺，不在本次官网入口范围；BEA-18：域名出售页面，未确认目标品牌

本次范围为中文入口 11 份、全球/国际页面 2 份；品牌/商城入口 9 份、集团/企业入口 4 份。地区跳转和页面层级差异需要分别披露，不能据此对行业或品牌排高低。

待验证的问题

哪些品牌信息有可靠出处，哪些只是宣传表达？这是后续工作方向，不是本次入口页数据已经证明的行业缺陷。

没有执行国内模型专项评分。User-Agent 名称、robots 声明或静态字段，均不能证明特定平台已经抓取、引用或推荐。

05 / ACTIONS

把观察转成 可以验收的改进

1. 为品牌主体与产品系列建立清晰关系，区分集团、品牌和电商销售主体。
2. 把成分、适用人群及功效表述对应到公开证据；没有依据的效果承诺不进入事实页。
3. 抽查首页、品牌介绍及产品详情的内容一致性，再按页面实际内容补充结构化声明。

留下改动前后的证据

保存原页面、事实来源、修改记录及复测条件。技术团队核对页面与声明一致，品牌或产品团队确认事实，研究人员说明样本和失败处理。

分别验证两类结果

技术准备度看页面能否清楚表达事实；实际 AI 表现需要另设问题、模型、模式和重复采样，不能用本报告替代。

不承诺修复后在固定时间内被模型收录、引用或推荐。

方法与使用边界

- 本批次仅采集公开入口的静态 HTTP 响应，跟随 HTTPS 跳转；不运行浏览器 JavaScript。
- 本次时间戳、最终 URL、响应状态和正文哈希独立保存；不是对旧 R2 的历史状态补证。
- 样本来自既有清单，非随机抽样，覆盖地区、语言和站点层级不同，不推断行业总体比例。
- 身份核对依据页面自述、品牌内容和跳转；不等于法律上的域名所有权认证。
- 不输出平台专项分、统一总分、模型效果或增长归因。

从你的官网开始

[Winin 免费官网 AI Readiness 测评](#)提供单页检查与修复建议，实际模型回答测试单独进行。

[研究摘要与同版本 PDF](#)

反馈与更正：contact@winin.ai。请说明报告版本、匿名样本编号及争议事实；Winin 将保留修订记录。