

哥飞：SEO友好的AI原生CMS思考和实践 Part 1

原创 我是哥飞 哥飞

大家好，我是哥飞。

关于哥飞介绍可以看这里：哥飞是谁，哥飞在做什么事情，在哥飞公众号大家可以看到什么内容

关于哥飞社群可以看这里：是时候给大家好好介绍一下哥飞的社群了，毕竟刚被二十年站长大佬夸过

上周三，哥飞做了一场150分钟的直播，从这里可以打开《一不小心，哥飞花了70天做了一个DR62的新网站》。

有位朋友用他做的视频笔记工具“ReadLecture”把直播回放视频转录成了图文并茂的文章。

哥飞申请复制过来在哥飞公众号备份一份，由于内容太多，这是第一部分。

- **引言**
  - 分享背景和目的
  - 主题介绍：SEO友好的AI原生CMS
- **CMS系统概述**
  - CMS的定义和常见例子
  - 选择从头开始构建CMS的原因
  - 基于Next.js框架的开发
- **CMS设计与实现**
  - 表结构设计
  - 多语言支持
  - 后台界面设计
- **产品形态与功能**
  - AI工具导航网站
  - 内容生成与质量控制
  - SEO优化策略
- **流量统计与分析**
  - 流量数据概览
  - 谷歌搜索结果分析
  - 外链获取策略

- **AI原生概念解析**
  - AI原生的定义和优势
  - 内容自动生成与优化
  - 自动化流程设计
- **网站结构与内容管理**
  - 页面与Section的关系
  - 标签系统的设计
  - 数据库表结构详解
- **SEO实践与效果**
  - SEO友好的页面设计
  - 关键词优化策略
  - 谷歌搜索排名提升
- **未来展望与社区建设**
  - 网站的长期目标
  - 社区功能的设想
  - 内容生态的构建



一句话总结

本文深入探讨了如何构建一个SEO友好且AI原生的内容管理系统（CMS），通过自动化和AI技术提升内容生成和管理的效率，同时优化搜索引擎排名。

观点与结论

- **AI原生CMS的优势**：通过AI技术实现内容自动生成和优化，提高效率和质量。
- **SEO优化策略**：设计多语言页面，优化关键词和页面结构，提升谷歌搜索排名。
- **自动化流程**：通过AI实现内容生成的自动化，减少人工操作，提高流程效率。
- **社区建设**：未来网站将发展成为一个AI百科大全，并建立社区功能，促进用户互动和内容生成。

自问自答

1. **什么是AI原生CMS?**
   - AI原生CMS是指从设计之初就充分利用AI技术，实现内容自动生成、优化和管理的CMS系统。
2. **如何实现SEO友好的页面设计?**
   - 通过设计多语言页面、优化关键词和页面结构，以及生成高质量内容，提升搜索引擎排名。
3. **AI原生CMS如何提高内容生成效率?**
   - 利用AI技术自动生成内容，减少人工操作，并通过自动化流程提高内容生成的效率。
4. **如何获取外链以提升网站流量?**
   - 通过主动提交链接、优化外链策略和吸引用户主动提交外链，增加网站的外链数量。
5. **未来网站的发展方向是什么?**
   - 网站将发展成为一个AI百科大全，并建立社区功能，促进用户互动和内容生成。

关键词标签

- SEO优化
- AI原生CMS
- 内容管理系统
- 自动化流程
- 多语言支持

适合阅读人群

- 网站开发者
- SEO优化专家
- AI技术爱好者
- 内容管理者

术语解释

- **CMS**：内容管理系统，用于管理网站内容的软件。
- **SEO**：搜索引擎优化，通过优化网站结构和内容，提升在搜索引擎中的排名。
- **AI原生**：从设计之初就充分利用AI技术的系统或应用。
- **外链**：其他网站指向你的网站的链接，有助于提升网站的权威性和流量。
- **Section**：网页的一个部分，通常包含特定的内容或功能。

原直播视频见视频号：哥飞出海



- PPT原为6月30日深圳线下会准备。
- 现场环节增加导致分享时间压缩。
- 分享内容因时间限制未充分解释结论和思考过程。
- 今日将再次分享，主题为“SEO友好的AI原生CMS思考和实践”。

> 我们开始了。这个PPT实际上是6月30日在深圳线下会中准备的。但由于现场增加了一些环节，并且我们有10位嘉宾，我的分享时间被压缩了。压缩后，我感觉没有给大家讲清楚，很多内容我只给出了结论，没有解释为什么会有这个结论，以及我是如何思考的。因此，今天我将再次与大家分享。标题是“SEO友好的AI原生CMS思考和实践”，这里边的内容主要是关于这一主题的深入探讨。

- **关键词提及**：SEO友好和AI原生。
- **CMS定义**：内容管理系统，包括WordPress、博客系统、帝国CMS、DedeCMS等。
- **开发决策**：决定不基于现有CMS改造，而是从头开始构建，因为现有系统主要为人服务，改造为工作流程驱动复杂。
- **技术基础**：基于Next.js框架，包括Sora WebUI和ChatLLM，支持用户登录、付费、数据库ORM操作和多语言路由管理。
- **表结构设计**：根据个人需求和CMS设想，重新设计表结构，区分用户界面显示数据和AI提示词数据。
- **展示方式**：由于后台界面简陋，将通过截图展示表结构和CMS设计思考。

> 当时提到了两个关键词，一个是SEO友好，另一个是AI原生。CMS，即内容管理系统，包括如WordPress、各种博客系统，以及早期的帝国CMS、DedeCMS等，都是CMS的例子。我们计划开发一个CMS，但没有选择基于现有系统进行改造，因为现有CMS的后台设计主要是为人服务的，所有信息都依赖人工输入和操作。如果要将其改造为以工作流驱动，将会非常复杂，因此我们决定从头开始构建。
>
> 我们基于之前开发的Next.js框架，包括开源的Sora WebUI和后续的ChatLLM，都是基于这一基础框架实现的。该框架支持用户登录注册、付费功能，以及数据库的ORM操作和多语言路由管理等。在此基础上，我根据个人需求和对CMS的设想，重新设计了表结构。这些表结构从设计之初就考虑了哪些数据用于用户界面显示，哪些用于AI提示词。
>
> 我绘制了多张表结构图，今天将从零开始分享我对这个CMS的思考，以及这些表的作用。由于我们的后台界面设计较为简陋，不适合进行演示，因此我将展示一些截图来代替。

- 产品是一个AI工具导航网站，实际功能扩展为内容管理系统（CMS）。
- 网站首页设计包括导航条、标题、SEO优化标签及已收录的AI工具列表。
- 网站内容不仅限于AI工具，还包括人物、公司、模型等各类名词的详细解释页面。
- 内容主要由AI生成，注重内容质量以满足搜索引擎要求。
- 产品自4月30日上线，至今已运营两个月，虽流量不大但已取得一定成绩。

> 我最终完成的产品是一个AI工具导航网站。这个网站不仅限于AI工具导航，实际上，它可以发布任意内容，因此我将其称为内容管理系统（CMS）。目前的产品形态是，首页顶部设有导航条，中间是标题"AI Tools Directory"，下方有一个标签"Discover the Top AI Tools of 2024"，这些都是为了搜索引擎优化（SEO）。标签下方列出了目前已收录的AI工具。
>
> 这个网站不仅仅收录AI工具，还可以收录各种名词，如人物、公司、模型、开源项目、团队名称和算法名称等。每个名词都会有一个页面，从各个角度图文并茂地进行解释，类似于维基百科的页面。与维基百科不同的是，这个CMS的内容大部分是由AI生成的。
>
> 关于AI生成的内容质量问题，我需要确保页面内容质量高，以便被谷歌等搜索引擎接受。目前，这个产品从4月30日上线了第一个版本，到今天是7月3日，已经运营了两个月。虽然流量不是特别大，但已经取得了一些成绩。

- **统计功能启用时间**：6月20日。
- **数据涵盖时间段**：6月20日至6月29日。
- **流量变化趋势**：
  - 5月20日至5月底：每日UV约200多。
  - 6月初（3日至4日）：访问量开始上升。
  - 6月14日：UV数接近400。
  - 6月18日至19日：因收录AI工具，UV数增至800。
  - 6月28日：UV数达到1.1K。
- **站点状态**：试验阶段，未大规模上线，收录AI产品少于200个。

> 这是后台的流量统计，我们在6月20日才添加了这一统计功能。因此，数据仅涵盖6月20日至6月29日这一时间段。尽管数据有限，但已能看出一些趋势。在5月20日至5月底期间，每日独立访客（UV）大约为200多。进入6月初，特别是6月3日至4日，访问量开始上升，经历了一个爬坡阶段。到6月14日左右，UV数接近400。随后，在6月18日至19日，由于收录了一个搜索量较大的AI工具，流量显著增加，达到800个UV。此后，流量持续增长，至6月28日，UV数达到了1K多一点，接近1.1K。
>
> 从流量角度来看，这一流量规模相对较小，且在两个月内仅达到如此水平，可能会有人质疑其效果。但需要说明的是，该站点目前仍处于试验阶段，我还在不断调整后台内容生成逻辑，并进行测试，因此并未大规模上线页面。目前收录的AI产品数量也不到200个，意味着收录的页面数量相对较少。

- 每日UV大约1K。
- 谷歌来源的点击数约五六百次，占总流量的一半。
- 其余流量来自其他网站导流和用户直接访问。
- 曝光和点击呈现持续上升趋势，表明实验成果。
- 收录AI工具网站数量的增加进一步验证了上升趋势。

> 接下来，我们来看下一个页面。刚才我们提到，每日的UV大约在1K左右。从GSC的数据可以看出，每天从谷歌过来的点击数大约是五六百次，这意味着大约有一半的流量来自谷歌。其余的流量则来自其他网站的导流以及用户的直接访问。观察曝光和点击的曲线，我们可以看到这是一个持续上升的趋势，这表明我的实验取得了成果。随着收录的AI工具网站数量的增加，这一趋势得到了进一步的验证。

是吧？收到了谷歌的喜欢。那我们继续看，它具体的表现是什么？

- 谷歌搜索Woy AI时会出现Sitelink。
- Sitelink是网站下方显示的一系列小标题，列出访问量较大的重要内容页面。
- 视频请求观众点赞支持，不需要送礼物。

> 我们来看几个例子。例如，当我们在谷歌搜索Woy AI这个品牌词时，会出现所谓的Sitelink。Sitelink是指在你的网站下方显示的一系列小标题，这些标题列出了网站中访问量较大的重要内容页面。这就是Sitelink的定义。请大家在观看的同时点赞支持，我这里暂时无法赠送礼物，也不需要大家送礼物，只需点赞即可。

- 在搜索AI产品时，这个产品通常排名第一。
- 第二名是作者的AI导航站，该站收录了搜索产品的相关内容。
- 作者认为这是AI导航网站的理想状态：官网第一，导航站第二。

> 让我知道你们在看，OK，好的，在看。说当我们去搜索某一个AI产品的时候，你就会发现，有一些，不是全部，有一些的话呢，第一名就是这个AI产品，第一名就是产品，第二名呢，就是我的AI导航站，Woy AI收录的它的内页，是吧？这种就是理想状况了，应该说是AI导航网站的最终极最理想的状态，就是第一名是官网，第二名就是我们。

- LogoMeAI的SiteLink出现在搜索结果的第一名，表明搜索的是其品牌词。
- 通常只有搜索品牌词时，SiteLink才会展开。
- 判断产品是否占据品牌词的方法：在谷歌搜索品牌词，观察网站是否在第一名且有SiteLink。
- LogoMe在搜索结果中第二名也是Woy AI。

> 再看一个例子，LogoMeAI同样如此，其SiteLink出现在搜索结果的第一名，这表明直接搜索的是其品牌词。通常情况下，只有搜索品牌词时，SiteLink才会展开。这里可以进一步说明，如何判断我们的产品是否占据了品牌词。只需在谷歌搜索该品牌词，观察你的网站是否出现在第一名，并且是否有SiteLink。如果有SiteLink，那么基本上可以确定该关键词已与你的网站绑定，谷歌已认定该关键词为你的品牌词。同样，LogoMe在搜索结果中第二名也是Woy AI。

- 第一名是官方网站。
- 第二名是其浏览器插件。
- 第三名是woy。
- 第四名是“There is an AI for that”，这是一个全球排名第一的AI导航站点。
- 作者认为有可能超越其他AI导航站点。
- 这些排名是从众多结果中挑选出的最佳几个。
- 并非每个AI都能排在第二名。

> 在观察一个实例中，第一名是官方网站，第二名是其浏览器插件，第三名则是woy，这也是一个不错的成绩，值得鼓掌和点赞。第四名是“There is an AI for that”，这是另一个全球排名第一的AI导航站点。这意味着我们有可能超越其他AI导航站点，这是我目前试验得出的数据。当然，这是从众多结果中挑选出的最佳几个展示给大家的，如果搜索其他关键词，并非每个AI都能排在第二名。

- Woy AI产品自上线两个月以来，已获得138个网站的外链，总计95,000条。
- 当前的Domain Rating（DR）为58。
- 域名于4月7日注册，产品实际开发时间约为三周，并于4月30日上线。
- 将使用外链分析工具展示获取外链的技巧。

> 我们继续讨论，Woy AI上线两个月以来，已获得138个网站的外链，总计95，000条外链，当前的DR（Domain Rating）为58。域名于4月7日注册，意味着我大约在4月7日开始着手开发这一产品，并于4月30日上线，实际开发时间约为三周。至于如何获取外链，这里有一个小技巧，我将切换到外链分析工具给大家展示一下，因为这不是后台数据，可以直接查看，请稍等片刻。

可以看到，我们这里有一个“Submit”按钮，当你点击“Submit”时，会进入一个页面，允许站长提交其AI产品至Woy AI。在这个页面上，我进行了一些简单的处理，具体处理内容如下：

您可以直接提交，例如，我收录并提交Gamma。

好

- 服务定价：每月9.9美元。
- 使用限制：无提交数量限制。
- 商业模式：允许中间商参与，赚取差价。
- 服务目的：提高用户付费意愿，减轻服务提供者收集AI产品的负担。

> 提交后，系统会提示您需要付费。我设定的价格是9.9美元一个月，您可以在一个月内提交多个网站，我不限制提交的数量。对于经常需要提交网站的用户来说，这非常划算。此外，我还允许中间商参与，您可以帮别人提交并收取费用，这是我允许的，相当于我允许中间商在我这里赚取差价。这一策略既是为了提高用户付费意愿，也是为了减少我自己收集AI产品的负担。但请注意，这是需要付费的服务。

- 页面设计问题导致无法关闭，只能刷新。
- 网站添加Woy AI外链后，后台程序检查确认后免费提交。
- 免费提交吸引不愿支付9.9美元的用户。
- 网站为被列入DR58级别AI导航站，愿意添加外链。
- 互惠互利，形成双赢局面。
- 更多网站添加外链提升DR值，吸引更多网站提交外链，形成良性循环。

> 由于该页面设计存在问题，无法关闭，我只能选择刷新。假设你在自己的网站上为Woy AI添加了外链，一旦你点击提交，我的程序会在后台检查你的网站是否确实添加了外链。如果确认添加，我将免费为你提交。这种方法吸引了不少不愿支付9.9美元的用户。因此，许多网站为了能够被列入我的DR58级别的AI导航站，愿意添加外链。这种做法实际上是一种互惠互利，实现了双赢。随着更多网站添加外链，我的DR值提升，进而吸引更多网站来此提交外链，形成良性循环。

- AI原生定义：起步阶段通过外部链接推广。
- 推广策略：向AI导航站点提交链接并广泛宣传。
- 推广必要性：起步阶段需进行推广活动。
- 对取消链接的态度：未考虑此情况，但认为诚信重要。

> 接下来，我们将解释什么是AI原生。AI原生，简而言之，就是在起步阶段通过外部链接进行推广。我们会主动向各种AI导航站点提交链接，并进行广泛的宣传推广，这与我们以往推广AI网站的做法是一致的。在起步阶段，我们总是需要进行一些推广活动。如果有人取消了外部链接，我目前尚未考虑这种情况。但我认为，大家都是比较诚信的人，如果总是试图占小便宜，最终可能会得不偿失。接下来，我们将详细解释什么是AI原生，稍后我会将页面放大以便更好地展示。

- AI原生网站设计理念：从零开始，基于AI能力构建网站功能。
- 避免改造旧网站（如WordPress），因其设计初衷不适合程序操作。
- 网站功能包括：内容生成、多语言支持、自动翻译、自动内链、自动外链、On-Page SEO等。
- 强调AI在自动化操作中的辅助作用。

> 什么是AI原生呢？我有几点思考，即我们要基于AI的能力去规划一个网站。注意，这不是给一个旧网站增加AI能力，例如，我为什么不基于WordPress去改造呢？如果真要这样改造，你会发现非常困难，因为WordPress的设计初衷是为了人类操作，而不是程序操作，其整个流程难以实现自动化。因此，我选择从零开始设计一个网站，基于AI的能力构建其功能。这个网站通常包含以下功能：后台需要生成内容，支持多语言，能够进行翻译，页面间能够自动内链，还需要自动外链，以及做好On-Page SEO等。这些功能不一定都能手动操作，可以让AI来辅助完成。至于AI如何实现自动内链，稍后会详细说明。

- **AI在内容创作中的应用**：AI可以辅助完成博客创建过程中的分类、文章撰写、配图选择、封面图上传、标签添加、URL路径生成等任务。
- **内容质量的重要性**：AI生成的内容必须有价值，避免低质量内容导致谷歌惩罚，影响网站评分、权重、排名和曝光。
- **用户为中心的内容策略**：网站内容应为用户提供实际帮助，以避免谷歌降权，确保站内SEO优化，包括标题、描述、标题标签、链接、网页结构和图片元数据等。

第二个思考是关于所有内容都可以由AI生成的问题。以Wordpress为例，过去创建博客时，我们需要自己决定分类、撰写文章、选择配图、上传封面图、添加标签、生成URL路径等。虽然Wordpress有插件辅助，但这些操作本质上都是人工进行的。现在，我们可以利用AI来完成这些任务。AI能够理解需要做什么、缺少什么，并根据提示词和参考资料生成有价值的内容。这里强调"有价值"是因为批量生成低质量内容会受到谷歌的惩罚，导致网站评分和权重下降，影响排名和曝光。因此，生成的内容不仅要有利于谷歌，更重要的是对用户有实际帮助。毕竟，网站最终是为用户服务的。从谷歌吸引的流量实际上是真实的人，因此页面内容必须对他们有帮助，这样才能避免被谷歌降权。站内SEO（on-page SEO）包括页面上的各种SEO处理，如标题、描述、标题标签（h1到h6）、链接、网页结构、图片元数据等，这些都是提升页面质量的关键因素。

- AI原生CMS系统实现了高度的自动化，用户无需手动操作，AI自动执行每一步操作。
- AI原生系统能自动补充缺失信息，如选择分类、生成URL路径和打标签。
- 系统使用GPT-4o，因其价格便宜、token窗口大且能力强大，虽然未采用多个agent形式。
- 系统面向多人，AI替代了人工成本，每个页面生产成本固定但未来赚钱潜力无限。

第三点提到，所有环节都可以实现自动化串联，而非通过人工操作鼠标点击来完成。例如，在使用WordPress时，用户需要在不同页面间切换并点击多个按钮。而基于AI原生的CMS系统，用户无需手动操作，AI会自动执行每一步操作，从而实现更高程度的自动化。尽管目前AI后台界面较为简陋，且需要人工介入进行不断调试，尚未形成一套完善的自动化流水线，但系统仍在测试阶段，目前由公司内部开发。

在发布信息时，如使用WordPress，系统会提示用户填写缺失的信息框，用户需逐一填写。而AI原生系统则会根据缺失内容，由AI自动补充，例如选择合适的分类、生成友好的URL路径或打上合适的标签。

虽然系统未采用多个agent的形式，但作为平台，其目的是让第三方通过平台操作生成内容。目前系统使用的是GPT-4o，因其价格便宜、token窗口大且能力强大。此外，生成的内容页面面向多人，AI替代了人工成本，相对成本较低。因此，没有必要节省成本使用较低版本，因为每个页面虽然生产成本固定，但未来赚钱潜力无限，只要比人工便宜，就可以使用最强版本。

- 创建了一个试验性站点woy.ai。
- 通过编写脚本扫描所有可能的三字母组合，筛选出未注册的AI域名。
- 通过谷歌搜索检查品牌名称的使用情况，最终选择woy.ai。
- woy.ai具有中文"哇"和爪哇语"嗨"的含义。
- 作者愿意分享扫描域名的PHP脚本。
- 重新扫描发现有三千多个三字母域名尚未被注册。

最先进的模型，这是第三点。第四点，基于以上思考，我创建了一个试验性站点，即大家刚才看到的woy.ai。关于这个名称的由来，我通过编写脚本，扫描了所有可能含有意义的三字母组合，并列出了一个清单。接着，我利用这个清单扫描了所有尚未被注册的AI域名，最终筛选出了大约45个。我逐一通过谷歌搜索，检查这些品牌名称是否已被使用。经过进一步筛选，我找到了一批几乎未被使用的名称，这些名称没有被任何强大的网站使用。随后，我查看了使用这些名称的网页数量，并选择了一个数量最少且读起来朗朗上口的名称——woy。这个名称不仅听起来像中文的"哇"，还具有爪哇语中"嗨"的含义，即打招呼的意思。因此，我最终选定了woy.ai作为域名。这个域名是通过一个简单的PHP脚本扫描得出的。如果你们有兴趣使用，我可以将这个脚本分享出来。今天，我又重新扫描了所有三字母域名的组合，共有17560个，发现其中有三千多个尚未被注册。今晚，我会将这三千多个域名发到群里，供大家挑选。这个故事就讲到这里。

- **Woy.ai的愿景**：从AI工具导航网站发展为AI百科大全网站，并集成社区功能。
- **社区功能**：用户可在每个AI产品页面下讨论，并在通用社区讨论所有AI相关内容，讨论自动打标签和链接解释。
- **内容策略**：收录广泛的AI相关名词，每个条目有高质量的AI生成图文页面。
- **流量与社区**：社区功能依赖于流量，目前暂不开启。
- **内容原创性**：避免直接搬运以维持谷歌搜索排名。
- **外链策略**：鼓励用户提交外链，通过AI导航网站增加曝光。

品牌故事的下一步，我设想的Woy.ai的目标是什么呢？目前大家看到的它是一个AI工具导航网站，但未来它肯定不仅仅止步于此。我设想它应该是一个AI百科大全网站，并且还带有社区功能，用户可以在其中发帖讨论。具体来说，我收录的每一个AI产品名称下面，用户都可以发帖回帖讨论。此外，我还有一个社区，让大家可以发帖、回帖讨论所有AI相关的内容。这些讨论我会自动打上标签，比如与OpenAI相关的，与Stable Diffusion相关的，并自动链接解释这些名词的含义。

这个设想基于一个前提，即网站本身需要有一定的流量才能建立社区，因此暂时我还不会开启社区功能，因为没有流量就没有意义。如果大家想了解更多，可以关注我的视频号"哥飞出海"，点击关联的公众号查看300多篇免费文章。

目前，我暂时将Woy.ai定位于一个AI百科大全网站，收录各种AI名词，不仅仅是AI工具，还包括AI产品、AI模型、AI开源项目、AI技术名词、AI算法、AI公司、AI人物等。收录后，每个页面都会有一个图文并茂的维基百科页面，内容由AI生成，质量较高。如果这个设想完成，网站可能会有几十万甚至上百万个高质量页面，聚集大量对AI感兴趣的人，形成讨论氛围，产生更多UGC内容，整个循环就起来了。

关于直接搬运AI百科文章是否能吸引流量，我可以告诉大家，谷歌会判断重复率，如果网站内容与别的网页重复过多，谷歌会认为这是一个搬运网站，并进行降权处理，不给予流量。因此，直接搬运是没有意义的。目前，我的网站大部分外链都是用户主动提交的，如果想获得更多外链，可以从各种AI导航网站上提交，比如woy，它里面就有一个AI导航网站的分类，收录了一些AI导航网站，可以点开找到并提交。

- **名词页面创建**： 为每个新出现的名词（如AI工具、人名等）创建公共主页。
- **页面结构设计**： 引入"章节"（Section）概念，每个名词页面包含多个章节，如简介、功能、价格等。
- **标签系统设计**： 设计复杂的标签系统，用于关联所有页面和内容，标签分为不同类别，如产品形态、功能等。
- **标签系统用途**： 标签系统不仅用于产品形态和功能，还可能包括其他分类，目前不对外出售，未来可能考虑其他用途。
- **社群分享**： 作者会分享思考和思路，强调标签和分类需要人工思考，不能完全依赖AI。

> 基于上述目标，我设计了一个机制，为每个名词创建一个公共主页。例如，GPT3、GPT4、GPT-4o等，每个新名词出现时，都可以为其创建一个页面。此外，如Llama3、Llama2、Stable Diffusion等名词，也可以创建相应的页面。如果这些设想得以实现，将会产生大量的页面。
>
> 为了确保这些页面在谷歌中被视为高质量，并对用户有用，我考虑了页面应包含的模块。在网站结构规划中，我引入了"Section"的概念。如果你熟悉HTML，特别是HTML5，你会知道Section是网页的一个部分。在这里，我更倾向于将内容翻译为"章节"，而不是"模块"，因为模块通常与不同的功能相对应，而我们这里主要是内容。
>
> 对于AI工具，可能包含的章节有简介、功能、价格、FAQ等。如果是人名，则可能包括简单的介绍、求学经历、当前公司、发表的言论、社交媒体账号等。每个维度、每个角度都可以成为一个Section。
>
> Section实际上是与名词分类相关的，而不是与Page关联。每个Page下会有多个不同的Section。例如，收录AI工具时，会有十几个Section；收录人名或公司时，会有不同的Section系列。
>
> 此外，我还设计了一个标签系统，用于关联所有的Page和Content。标签系统复杂，我希望通过标签关联所有内容。标签分为不同的类别，如产品形态标签、功能标签等。通过这些标签，可以结构化处理数据，便于后续生成不同的页面。
>
> 标签系统不仅限于产品形态和功能，还可能包括其他分类。这套代码目前不对外出售，但如果测试成熟，可能会考虑其他用途。
>
> 今天详细介绍了这个思路，如果你有开发能力，也可以自行开发。加入社群的好处是，我会分享我的思考和思路，解释这样做的好处。标签和分类的关系需要人工思考，不能完全依赖AI。标签的生成基于SEO考虑，确保有用户搜索量。

重新强调一下，要基于AI的能力来规划网站，而不是对一个旧网站进行规划。

所有内容都可以由AI生成，不是人工输入内容，而是让AI基于提示词和参考资料生成有价值内容。

通过自动化串联，所有环节都可以实现非人工操作，而是由系统自动完成。这种方式不仅提高了效率，还减少了人为错误，确保了流程的顺畅和准确性。

不仅仅是AI工具导航网站，而是AI百科大全网站。我们基于以上思考，决定制作不同的分类。每个分类包含多个部分，每个部分有多条内容。我们将使用标签将这些内容关联起来。

这就是我网站的结构，下面会有许多不同的配置，每个配置下包含不同的部分（section），每个部分可能包含一条或多条内容（content）。

基于这个结构，我设计了一个数据库表结构，以上是相关思考。接下来，我将先跳过这部分，直接讲解数据库结构。

因为详细讲解数据库结构有助于更顺利地实现功能。哥飞非常慷慨，直接将数据库结构详细地告知了我们。

- **核心字段介绍**： 省略常规字段，专注于核心字段的设计和迭代。
- **多语言支持**： 收录的AI工具支持多语言，产品名称不翻译，功能和介绍需翻译。
- **自身ID的使用**： 自身ID用于内部数据关联，不对外显示，避免网页可遍历。
- **PageURL和SEO**： PageURL用于SEO，生成静态化页面，对外暴露网址、标题和描述。
- **多语言页面管理**： 每个页面生成十种语言记录，英文作为默认ID，其他语言关联到英文页面。

> 这是我们Page表的设计。当然，我省略了许多其他常规字段，如UpdateTime、CreateTime、CreatorUserID、状态等。我只讲解核心字段。迭代过程中，没必要一次性做到完美，可以逐步完善。我自4月30日上线第一个版本后，一直在持续添加功能。考虑到多语言，我解释一下，我们收录的AI工具可能被全球不同语言的用户搜索。但产品名称不翻译，因为这是专有名词。我们需要翻译的是其功能和介绍。多语言的好处是，收录一个AI产品，我可以自动生成十几种不同语言的页面，每个页面参与谷歌不同语言的搜索引擎。例如，谷歌中文站专门收录中文网页，使用中文搜索时，权重高的页面会排列在前面。因此，我们需要做多语言页面。
>
> 解释一下"自身ID不对外"，这是我们数据库表的一个特点。我坚持使用自身ID，因为它可以作为内部数据关联的ID，更方便查看。这个自身ID不对外显示。例如，Wordpress直接使用ID生成文章页面URL，文章ID为450，URL可能是域名/Post/450。我不希望网页可遍历，所以不会对外暴露ID。
>
> 我有一个PageURL，即你提到的slug。Language字段解释一下，我为每个Page生成十种语言，数据库表中插入十条记录，每条记录有自己的自身ID。我将英文作为默认ID，其他九种语言关联到英文页面。例如，插入一个产品，自身ID为101，再插入一条中文记录，自身ID为102，102的BaseID记录101。101的BaseID为0，这样我可以直接用BaseID0找出所有页面，形成父子关系。有些人可能称这个字段为ParentID，我这里称为BaseID。

PageURL完全为了SEO需要，生成静态化页面。例如，Hedra AI的URL是hedra-ai。我对外暴露的网址就是这个PageURL，还有PageTitle和PageDescription。

有些人可能好奇，为什么有了PageName还需要PageTitle。因为通常AI产品名称很短，如ChatGPT，放在PageName里。同时，有一个简短介绍，如"ChatGPT是OpenAI的大模型"，放在Title里。PageIntro是一句话介绍，放在列表页里。

- 提到了"PageIntro"的一句话介绍。
- 解释了"woy"的内容来源将在稍后进行。
- 介绍了"Hebbia AI"对应的是"PageName"。
- 描述了点击"PageIntro"页面的操作。

> 这里面是PageIntro的一句话介绍。稍后我会解释woy的内容来源，但现在还不是时候。我们现在介绍的是，例如这个Hebbia AI，它对应的是PageName。这就是PageIntro，我们点击这个页面。

点开该页面后，您会发现我的标题是这个页面标题。我将它们分别单独提取出来，用不同的字段存储。这样做的好处是，我可以针对SEO的需求，编写一个专门供搜索引擎显示在搜索结果列表页面的标题。

好，然后呢，这里是PageName，你就会发现说，我这里边是h1

- PageName被单独提取出来，用于拼接。
- PageName具有其他好处。
- 文章结构包括多个section，如introduction和faq。
- 最终显示时，PageName会被拼接进去。
- 文章中使用了不同级别的标题，如h1和h2。

> 我一定要PageName，我们先把这个单独的PageName单独提取出来，PageName还有其他好处，你会发现这是一个section，这些都是拼接起来的。我的introduction是一个section，faq也是一个section的名称。最终显示时，我会将PageName拼接进去。稍后我会具体介绍。这里，这一行是一句话介绍，这一行是title，这是h1，这是h2，这也是h2，重复一点没关系。从这里也能看得到。

- H1标签用于显示产品名称，即页面名称。
- H2标签用于显示之前编写的标题，并作为页面介绍。
- 每个H2标签代表一个章节，包含该章节的具体内容。
- FAQ部分是一个具体的章节示例。
- 后续将详细介绍每个章节的内容。

> H1直接是产品名称，即Page Name。H2是之前编写的Title。H2作为Page Intro，用一句话进行介绍。接下来，每个H2分别代表一个Section。每个Section下，例如FAQ部分，包含该Section的具体内容。稍后将详细介绍。现在，我们回到PPT。

因此，您会发现，仅就Page表而言，我考虑到了SEO的因素，因此我会单独处理。

我提取了一些关键字段。这里有一个Page参考资料表，稍后将详细介绍。这个表用于回答刚才的问题，即使用哪些内容和资料。

- Section表包含ID、Language和BaseID，支持多语言处理。
- 每个Section有独立的SectionURL，用于生成单独的页面。
- 页面结构设计考虑了关键词和页面原则，如Pricing Section专门介绍产品收费信息。
- 设计细节和更多信息可在公众号"哥飞"中找到。

> 首先，我们来看Section表。在Section表中，每个Section都有其自身的ID、Language和BaseID。这意味着对于不同的语言，每个Section都是单独处理的。例如，英文中的"Introduction"在中文中可能被称为"简介"，而在日语中则可能有不同的名称。这种设计考虑到了多语言的需求。
>
> 此外，每个Section都会单独生成页面，因此为每个Section设置了SectionURL。例如，最终的SectionURL是如何体现的，可以在页面结构中看到。在开发之前，我会设计整个页面结构的URL。例如，Page位于P目录下的Hedra AI，每个Page下有不同的Section，每个Section直接对应斜杠SectionURL。
>
> 我还单独生成了Section Name的页面结构。例如，如果输入的产品名称是Hedra AI，那么这个名称就是Hedra AI Fetures。目前，我只设置了20多个Section，这些设计的原因可以在我的公众号文章中找到。点击我们直播左上角的哥飞出海视频号，可以找到关联的公众号哥飞，里面有300多篇免费文章，详细介绍了这些教程。
>
> 为什么Section要单独生成页面？这是因为我考虑到了关键词和页面原则。例如，有人会搜索某个产品关键词加上"Introduction"或"Pricing"。举例来说，有人关心ChatGPT的Pricing，即价格是多少，或者关心Suno AI生成音乐的Pricing。因此，我专门建立了一个Section叫做Pricing，专门用来介绍产品的收费信息。这些Section的存在，可以直接打开页面来查看。

- 用户关注点包括Suno AI的提示词、替代产品、价格、介绍和Premium。
- 为每个关注点创建独立的Section，每个Section需要单独生成页面。
- 单独的Section页面可能与配套页面内容重复，需要在制作过程中考虑。

> 我们会发现，用户想寻找Suno AI的提示词，以及其替代产品。此外，用户还可能对Suno AI的价格（Pricing）和介绍（Introduction）感兴趣。同样，用户也可能寻找Premium等相关内容。这些都是用户在关注一个AI产品时可能关心的方面。因此，我为用户的每一个关注点都创建了一个独立的Section，这就是我为何要设置多个Section的原因。同时，这也是为何每个Section都需要单独生成页面的原因。单独的Section页面可能会与配套页面内容重复，这一点稍后会进行解释，这是在制作过程中需要考虑的。

我给大家演示一下这个产品。

这里还有一个目录，Table of Contents。

可以快速定位到Introduction或FAQ等。例如，因为有人。

- 创建了专门的"Hebbia AI FAQ Frequently Asked Questions"页面，包含"FAQ"关键词以满足用户搜索需求。
- 根据Google Search Console数据，部分页面已获得曝光和排名。
- 计划详细解释如何利用特定产品示例进行说明。

> 可能会搜索Hebbia AI的常见问题解答（FAQ）。因此，我专门设置了这一页面。在该页面下，其标题直接为"Hebbia AI FAQ Frequently Asked Questions"。此处，应将"FAQ"这三个字母也包含在内，因为有些用户可能是通过搜索"FAQ"来查找信息的。根据我的Google Search Console（GSC）数据显示，我的一些部分页面已获得曝光和排名。稍后将详细解释。例如，我将以某个产品为例进行说明。

这个产品依然还是只有这两个，我换一个产品了。

嗯？

我直接试试，自己来吧。

在本页面中，我将详细记录产品的核心功能点。然而，目前功能部分的提示词存在问题，生成的内容包含了使用介绍，这部分我还需要进一步调整。

例如，当有人搜索Hedra AI的Features时，我便生成了一个相关页面。现在，我们可以直接进行搜索。

目前我的页面尚未获得排名，但值得注意的是，UXDesign.cc网站已取得该排名，并且我位列第二。排名第一的是featured snippets，这是谷歌精选服务，能够直接为用户解答问题。

- 比较了两个页面的优劣，认为对方页面做得更好。
- 强调自己的页面也取得了排名，说明关键词优化有效。
- 提出网站设计应围绕关键词和SEO进行规划。
- 网站设计的目的在于从谷歌获取流量。

> 说明他这个页面比我做的好，但是呢，你看，我这个页面我也是拿到了排名的呀，是吧？一切围绕关键词去做页面，去规划SEO，是这样子的，没有问题，是这样子理解的。就是说，我们既然整个网站的目的都是为了能够从谷歌去获取流量，那么我们设计整个网站功能、网站页面的时候就有这方面的考虑，是吧？

我们回到这里来啊，我们刚才还没演示完呢。

- **页面优化讲解**：演讲者计划用两个小时讲解如何提升页面排名，已进行了一个小时17分钟。
- **页面结构设计**：页面分为多个section，每个section包括name、title和description，如Fetures section。
- **AI在内容生成中的应用**：使用AI（如GPT-4O）基于section的提示词生成内容，每个section有特定的提示词。
- **提示词的调整与优化**：提示词需不断调整以生成符合要求的高质量内容，例如调整Fetures section的提示词。
- **页面模块化与样式调整**：页面内容结构化，可使用CSS对特定section进行样式调整。
- **AI产品收录**：收录了20多个与AI相关的产品section，但目前只放出了四五个。

> 我估计需要两个小时才能讲完，现在已经一个小时17分钟了。接下来，我将单独讲解如何提升页面排名。首先，我会讲完我的思考和设计。因为section页面需要单独成页面，所以我会有section name、section title和section description。例如，这是Fetures这个section，我的整个页面布局是这样的：直接将产品名称放入，产品名称的Fetures，everything you want to know about这个产品，is here等等。今天讲清楚了，你们自己也能做。
>
> 重头戏来了。刚才我们讲的所有内容，都是到了SEO友好，但没有提到AI相关的。现在，终于讲到AI了。我为什么会有一个section提示词这个东西？这个东西就是为了给AI用的。我每一个section，都会有一段提示词。也就是说，我的整个page的内容，是让GPT-4O基于这个section的提示词分别生成的。假设我目前放了三个section，那相当于我生成了三次。这样就更精准，更可控。
>
> 我这里边是说，我对整个页面是分模块的，是结构化的，我可以有一些提示词。而这些提示词，我不同的section，我可以写不同的提示词，让它去生成内容。等一下我会演示这个提示词到底长什么样子。我甚至还有一个section CSS，这就是刚才提到的，我因为会对这个内容做一些结构化的处理。那我如果要单独对某些section进行样式调整，就可以用上这个CSS了。
>
> 提示词的确是自己一个个写的，为了生成高质量的内容，需要不断调整提示词。它不是一次成型的。你需要先写一段提示词，然后让AI去生成内容。生成完内容之后，你看下这个内容是否符合你的要求。如果不符合，你还要去调整这个提示词。我等一下会给你举例子。我刚才讲到说那个Fetures那个提示词，目前写的有问题。因为Fetures这个提示词，它要的太多了，让AI生成的内容太多了。其实Fetures我们就说列出它的产品的核心功能点就足够了。
>
> 刚才我演示大家会看到，那里面直接把产品的使用介绍也放进来了。有回放的。对，就是说同一个section我在对应不同的配置，我提示词像是相同的。所以这里大家也会看到，我这个section表，我并没有跟配置关联的。也就是说并不是我的section记录，我这行section记录我并不是跟某个配置有关系的。我这是一个单独的section。举例来说，我现在目前主要是收录AI相关的产品。那我就找了一下，找了20多个section，主要是为了做AI产品。举例来说，AI产品的介绍，功能特性，FAQ，然后什么prising，它的团队介绍，它的使用教程等等所有的，写了20多个section。但其实目前我收录的时候，我发现有一些暂时还没有收录上去，就用不上。我暂时只放出了最多的也只放出了四五个。
>
> 今天这堂课，你们直接拿过去你们公司里面培训，你请别人请一万块钱，你都不一定能找得到我讲的这么好的。哈哈，对。OK，夸一下自己。放在同一个页面有什么弊端？没有弊端只有好处啊，我当然是基于SEO的考虑，我需要去生成的呀。

- Content表结构详细探讨，与Page关联，支持多语言，包含language和base_id字段。
- Content属于特定Section，包含page_url和section_url字段，存储page_id和section_id以高效查询。
- 设计考虑SEO、系统性能和代码合理性，Content与Section关系为多对一。
- 难以理解Section概念可回顾Page与Section关系，Page包含多个Section，每个Section包含一条或多条Content。
- 内容生成采用AI生成Markdown格式，转换为HTML预先生成以提高系统效率，前端展示HTML内容。

> 接下来，我们将详细探讨Content表的结构。该表与Page相关联，支持多语言功能，因此包含language和base_id字段。由于Content属于特定的Section，因此还包含了page_url和section_url字段。此外，内部还存储了page_id和section_id，以便通过数字ID进行查询，因为数据库对数字索引的处理更为高效。
>
> 在设计时，我们不仅需要考虑SEO，还要兼顾系统性能和代码设计的合理性。需要注意的是，Content与Section之间的关系是Content关联Section，而不是Section关联Content。这种关系是多对一的，即多个Content对应一个Section，而每个Content只能对应一个Section。这样的设计是为了确保每个Content能够独立成为一个页面，以便针对不同的关键词进行优化。
>
> 对于那些难以理解Section概念的听众，可以回顾之前的讲解，了解网页结构中Page与Section的关系。简而言之，一个Page包含多个Section，每个Section可能包含一条或多条Content。从Content的角度看，每个Content属于某个特定的Section，而这个Section直接隶属于某个Page。
>
> 在内容生成方面，我们采用AI直接生成Markdown格式的内容，因为Markdown支持结构化，可以生成表格和其他层级关系。为了页面显示的需要，我们将Markdown内容转换为HTML格式。预先生成HTML内容是为了避免在页面访问时进行重复的转换操作，从而提高系统效率。最终，前端展示的是预先生成的HTML内容。

第二部分请看哥飞公众号下一篇文章。

关于哥飞介绍可以看这里：哥飞是谁，哥飞在做什么事情，在哥飞公众号大家可以看到什么内容

关于哥飞社群可以看这里：是时候给大家好好介绍一下哥飞的社群了，毕竟刚被二十年站长大佬夸过

下面给大家介绍一下哥飞的这个付费社群。

如果你是程序员，那么这绝对是你不能错过的一个社群。

2024年，哥飞想达到这个目标:

帮助20000+程序员了解出海;

帮助2000+程序员参与出海;

帮助600+程序员能够月入1000+美金;

帮助100+程序员能够不再上班养活自己;

帮助10+程序员建立自己的AI工厂。

其实目前哥飞已经有好几个朋友建立自己的AI工厂了，如Gary、AUDI、Alaadin、二两等。也有好多个朋友可以不上班就养活自己了，如Banbri、BingNi等。

现在，哥飞一边开着自己的AI工厂，一边 带着大家一起出海赚美元，《 【养网站防老】每个人都要有自己的小果园，今天请为你的果园种下第一棵小树苗吧 》。

哥飞会用自己实践总结出来的最新的经验来教给大家，如何挖掘需求，如何实现需求，如何做好SEO，如何运营推广，如何变现赚美元。

给 大家看看已经在社群里的其他朋友怎么评价的吧。

那么这到底是一个什么样的社群呢?

一句话介绍，这是一个教你 出海做网站赚美元 的社群。

哥飞知道，肯定会有人说，教人赚钱最赚钱。

但是，哥飞这个社群，你学了，是真的能够赚美元的。

因为哥飞不是教你做一个类似的社群去赚别人的钱。

哥飞教你怎么挖掘需求，怎么搞SEO，怎么搞流量，怎么把流量变现。

或者说，哥飞其实是在给大家做微培训。

如果想更多了解社群，或者想加入社群，请加哥飞的微信 GeFei55 。

当然，即使你现在不加社群，也可以先关注哥飞的公众号，多看几篇文章，你会有收获的。
