iResearch
艾 瑞 咨 询

重塑AI时代的搜索可见性与内容营销

2026年GEO生成式引擎优化行业研究报告

艾瑞咨询行专研究部北方一组

©2026iResearchInc.

目录

01 AI搜索下的GEO

1.1 AI行业发展现状

1.2 GEO的兴起背景

1.3 GEO的技术误区与原理解构

1.4 GEO的行业生态与发展前景

02 GEO优化策略分析

2.1 GEO的内容优化工程

2.2 GEO的效果评估体系

2.3 GEO的未来趋势与挑战

03 行业实践案例

3.1 企业案例（排序不分先后）

3.2 GEO专家之声

GEO是什么？

GEO生成式引擎优化

- GEO是一种新兴的营销优化策略，基于LLM大语言模型的信息认知-答案输出的技术原理，通过优化内容，使品牌或产品信息更易被生成式AI引擎抓取、理解、引用，并呈现在AI生成的答案中。
- GEO核心目标是构建品牌与AI之间的信任关联，促进品牌与产品被AI“看见”并“信任”。
- 国内GEO服务商的业务范畴包括面向国内、国外主流AI搜索平台的GEO优化服务，其中，基于国外AI搜索平台的GEO服务主要面向出海品牌。

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

01 / AI搜索下的GEO

1.1AI行业发展现状
1.2GEO的兴起背景
1.3GEO的技术误区与原理解构
1.4GEO的行业生态与发展前景

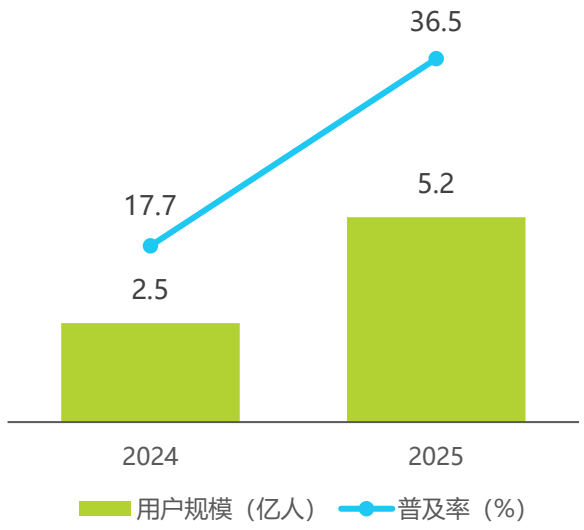
AI行业发展现状

中国AI行业已进入以生成式AI为核心的规模化应用阶段，AI正从效率工具演进为高频的信息获取与决策入口

1 用户侧：生成式AI从工具升级为高频信息入口

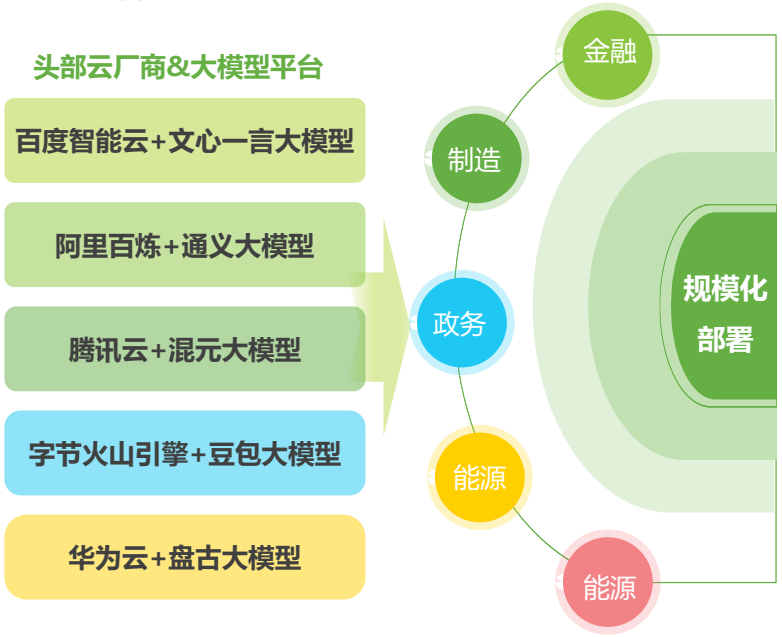
- 截至2025年，中国生成式AI应用个人用户规模已达到数亿级体量，普及率持续提升。
- 用户使用AI的核心需求高度集中于**信息获取、问题解答与内容生成**，表明生成式AI正在逐步替代传统搜索与内容浏览，成为新的信息交互入口。

我国生成式AI用户规模及普及率



2 企业侧：大模型加速融入核心业务流程

- 在企业端，头部云厂商与大模型平台已在金融、制造、政务、能源、交通等多个关键行业实现规模化部署。



- AI能力不再局限于单点提效工具，而是作为**底层能力嵌入业务流程**，推动企业在**生产经营、决策支持与数字化转型**中的系统性升级。

3 产业影响：信息获取与决策逻辑发生结构性变化

- 随着生成式AI同时重塑信息供给与获取方式，信息获取模式实现从“单一被动”到“全域主动”的根本性变革，决策逻辑完成从"经验驱动"到"数据驱动"的智能化重构

信息获取模式发生结构性变化

渠道拓展	效率提升	价值挖掘

决策逻辑发生结构性变化

决策主体变化	决策过程变化	决策结果变化

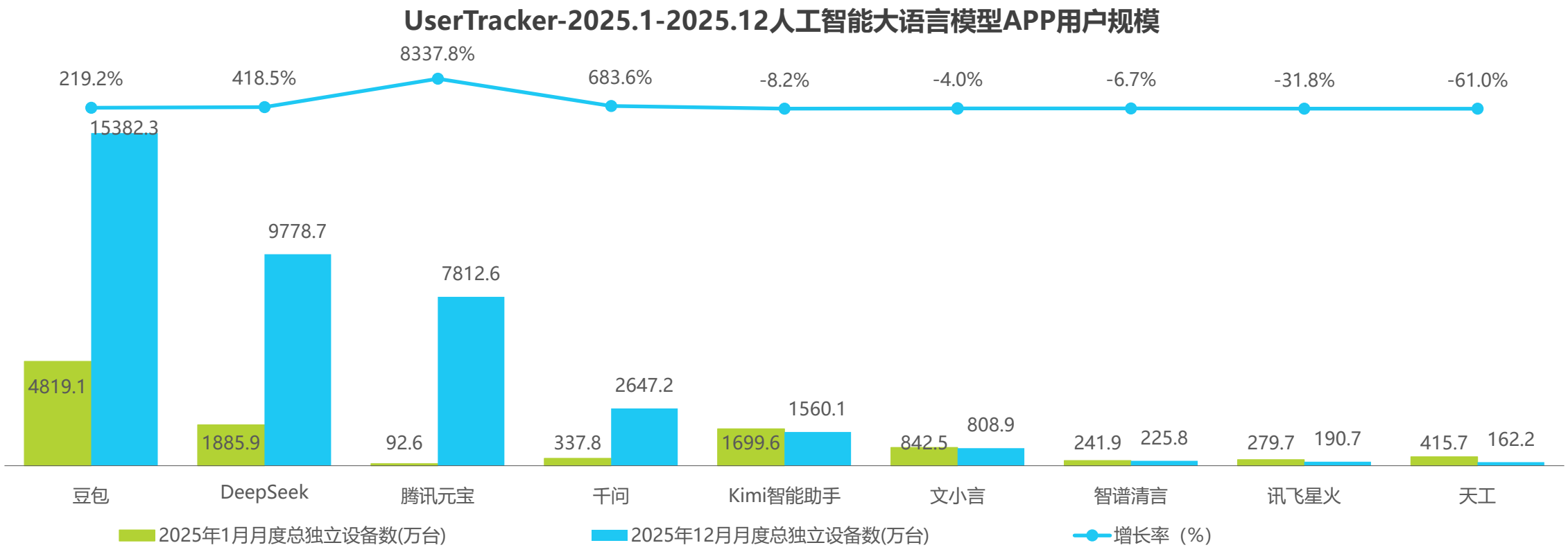
来源：国家网信办、中国互联网络信息中心、国家统计局和公开资料整理

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

AI应用流量规模

生态驱动与技术突破双轮驱动，2025年AI应用用户规模持续增加，流量分布呈现两极分化趋势

2025年AI应用市场行业规模快速扩张，内部呈现显著分化趋势：豆包、DeepSeek、腾讯元宝、千问凭借生态优势或垂直场景突破实现爆发式增长，为行业贡献主要增量；与此同时，部分应用增长停滞甚至略微下滑，反映出用户正加速向具备核心价值与生态协同能力的头部APP集中。



来源：艾瑞咨询UserTracker多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

随着AI应用普及，用户搜索行为发生哪些变化？

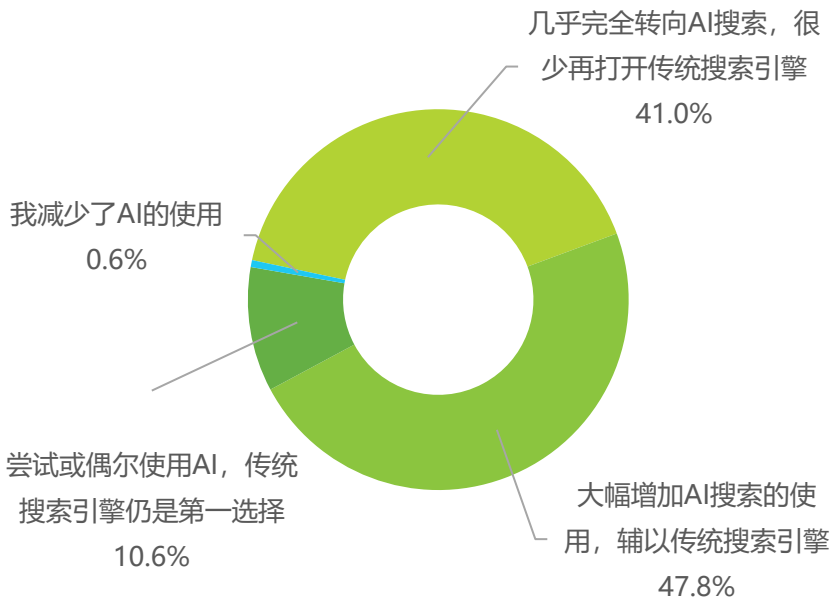
搜索范式变革，从传统的“链接导向”向“答案导向”迁移

在生成式人工智能的时代下，搜索引擎已从对话工具转化为信息搜索工具。超过4成用户搜索习惯重心从传统搜索引擎向AI搜索转移，半数以上用户同时使用AI搜索与传统搜索引擎。AI搜索在用户习惯与搜索价值上不断渗透，成为重要的信息媒介。

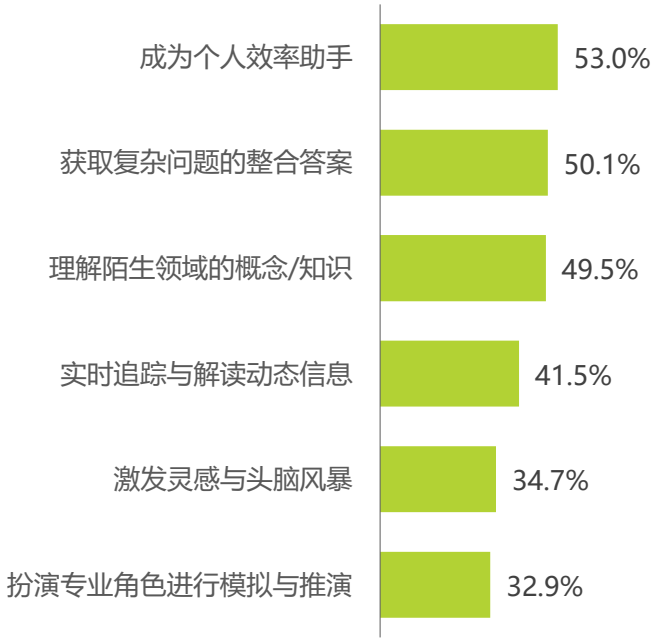
AI重塑用户搜索范式

	过去	现在
搜索入口	传统搜索引擎	AI搜索引擎 AI搜索应用
搜索流程	搜索 关键词搜索	提问 用自然的语句直接提问
	浏览 手动浏览内容	获答 直接获得AI整理的答案
	筛选 筛选大量信息	决策 选择AI优先引用的内容

最近半年来，用户搜索习惯的变化趋势



AI搜索平台对用户的价值点



|来源：N=1192，2026年2月通过iclick调研获得，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

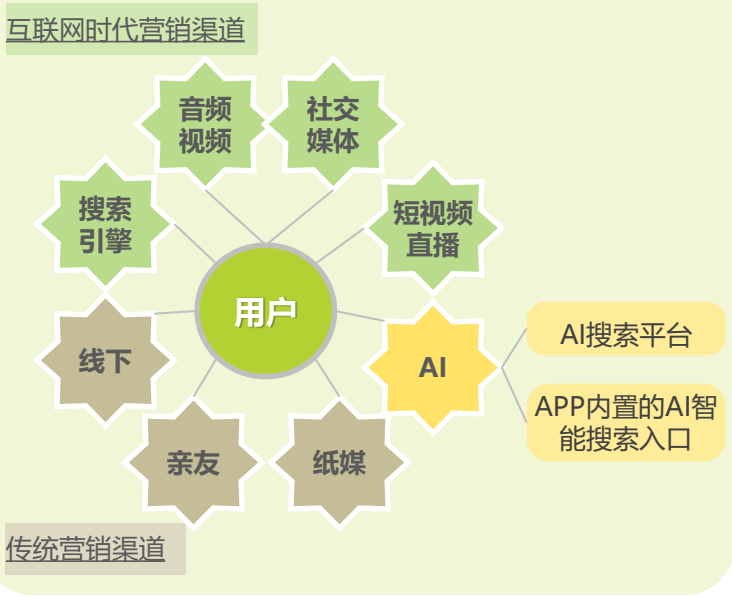
为什么品牌方应该关注AI生态的营销战略？

流量入口与营销触点的结构性改变、用户AI搜索行为习惯的改变，是品牌营销策略变化的大前提

用户触点改变，全域流量入口迎来结构性重构，传统流量分发逻辑被彻底颠覆；AI搜索深度渗透用户日常消费决策场景，成为影响消费选择的核心信息入口，AI成为连接企业与终端购买者的关键中间环节，因此品牌方需要关注AI生态下的流量话语权与品牌曝光度，抢占流量新主场。

用户触点变化，流量入口重构

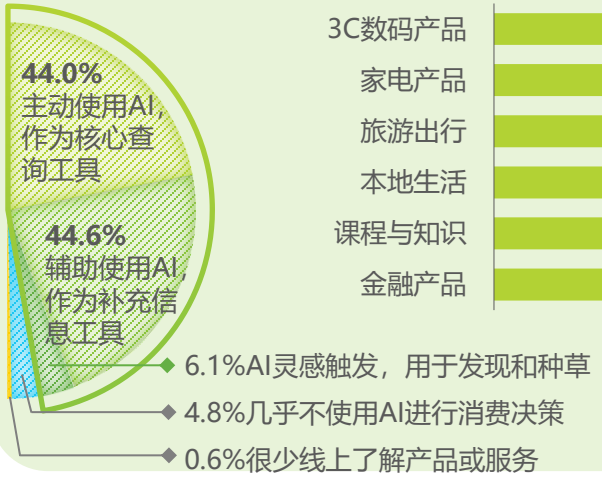
- AI影响用户触媒习惯改变，成为新的流量入口



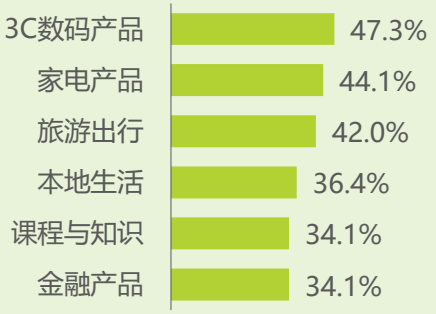
AI搜索渗透日常消费决策

- 购买产品或服务前，80%以上的用户会通过AI搜索辅助购买决策，尤其是技术门槛高、用户决策周期长的产品

消费前是否使用AI搜索辅助决策

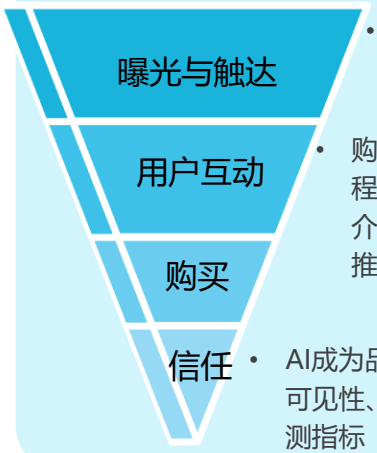


用户使用AI辅助搜索或决策的产品/服务TOP5



AI成为企业与购买者中间的重要环节

- 企业商业经营链路中，AI成为不可或缺的环节。



- 用户AI搜索并获取答案的过程中形成品牌触达
- 购买前的信息查询、选购与决策过程中，用户与AI深度交互，以品牌介绍、产品描述、个性化适配对比推荐等信息，引导购买决策
- AI成为品牌新的信任背书，未来AI可见性、AI友好性也将纳入品牌监测指标

来源：N=1192，2026年2月通过iclick调研获得，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

GEO的认知误区有哪些？

以传统搜索引擎与效果广告的思维来理解AI品牌营销战略

传统广告营销关注“短、平、快”的效果，追求布局一次永久有效、过度关注排名，同时期待短期内带来获客与转化。AI搜索引擎作为AI时代的关键流量入口，品牌应该关注与消费者建立信任关系，深耕品牌知识资产与细分领域的内容权威。GEO是一种品牌策略而非广告手段。

误区1：GEO=AI+SEO?

- × 认为GEO只是将SEO的方法应用到AI搜索引擎中；
- ✓ GEO不仅优化关键词，它关注的是如何通过精确的用户需求匹配。

误区2：GEO就是在AI搜索引擎上打广告?

- × 认为GEO是一种付费推广或广告投放；
- ✓ GEO帮助商家将产品的技术性描述转化为用户更容易理解的描述。

误区3：类似电商/内容平台的“猜你喜欢”功能?

- × 认为GEO是类似基于用户行为数据猜测用户需求；
- ✓ AI搜索引擎生成答案是基于全网数据分析和语义理解，AI的推荐依赖用户历史行为和当前需求的个性化推荐。

误区4：GEO会让用户被AI的推荐裹挟，失去主动性?

- × 认为GEO的品牌单方向输出，忽视用户诉求、缺少互动；
- ✓ AI的答案与推荐是基于对用户意图的理解，再进行信息检索，最终生成答案与用户需求精准匹配。

误区5：GEO优化后的信息会立刻被AI引用上前排?

- × 认为GEO优化后的内容；
- ✓ GEO优化效果是渐进的，内容被AI纳入知识库并引用需要一个过程。

误区6：GEO很贵，中小企业难以负担?

- × 担心GEO太贵或性价比不高；
- ✓ AI平台相对中立、AI搜索趋于大众化，为不同企业在AI平台上获得曝光提供了相对公平的竞争机会。

误区7：大品牌不需要GEO?

- × 大品牌通过SEO和广告营销占据的优势在AI时代将继续保持，无需改变营销策略；
- ✓ AI搜索引擎的技术原理与传统搜索引擎有差异，AI环境中SEO和广告的效果在减弱。

误区8：只要大量铺设内容就能够得到优化效果?

- × 一方面认为有内容就行，另一方面，认为有海量内容总会被AI引用，重复内容被AI引用的概率更高；
- ✓ LLM的技术原理意味着AI看重内容相关性和权威性，因此GEO的本质以基于AI技术原理的内容优化；
- ✓ 随着行业日益规范化，非合规操作将被禁止。

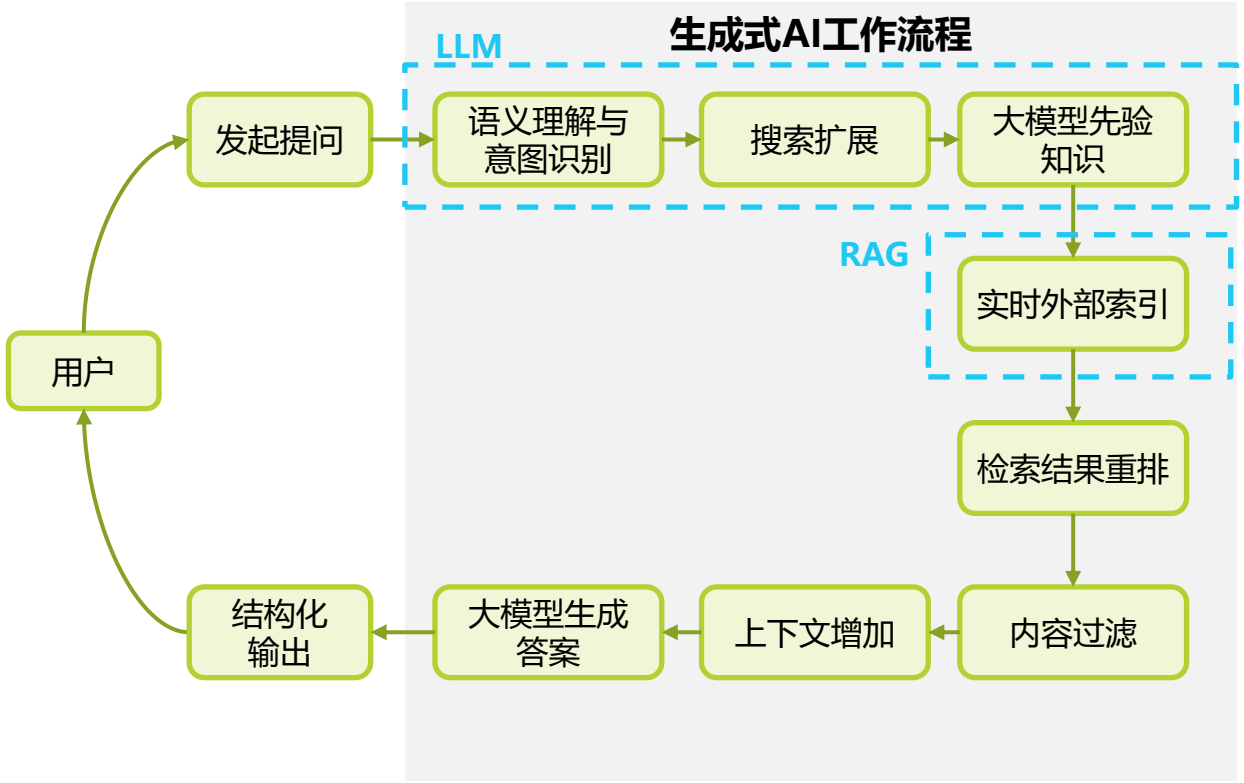
来源：万悉科技官网https://www.wanxitech.cn/，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

AI搜索引擎与GEO优化的技术原理是什么？

GEO的原理是构建基于大语言模型（LLM）的信息认知与优先输出体系

通过优化品牌知识资产的内容质量、结构，使其更适配生成式AI的抓取、理解、索引与引用机制，从而在AI生成的回答中获得更高的推荐权重和显性引用。与SEO侧重于“算法排名”不同，GEO的核心是构建品牌与AI之间的“信任关联”，将品牌资产转化为AI可信的“知识源”。



GEO优化技术原理

• 语义理解与意图映射

利用向量化技术将用户的海量、多样化的自然语言提问与品牌内容进行深度语义关联。目标是建立一个“问题语料库”，精准预测并覆盖用户可能询问的各种方式。

• 检索增强生成流程模拟与优化

现代AI引擎在回答问题时，内部通常遵循“检索→重排→生成”的流程。GEO的技术核心在于逆向工程，通过大量实验和观测，模拟或推测不同平台的RAG逻辑，并据此优化内容，使其在“检索”阶段更易被召回，在“重排”阶段获得更高权重。

• 内容结构化与可信信号增强

结构化：使用FAQ、HowTo、Product等Schema标记，明确标示内容类型和关键信息，极大降低AI的信息抽取难度。

权威性：确保内容在多平台（权威媒体、官网等）表述一致，并富含数据、引用等支撑材料，以提升系统对其可信度的评分。

来源：万悉科技官网https://www.wanxitech.cn/，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

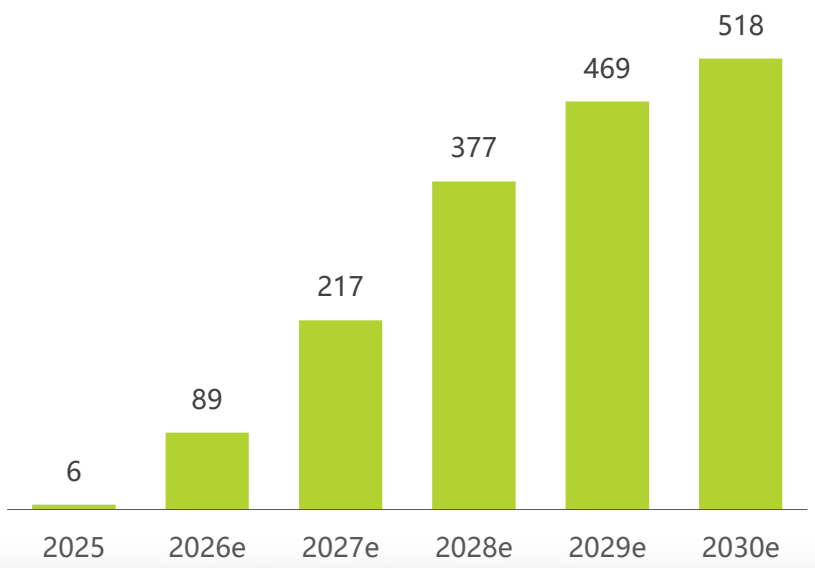
©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

GEO行业发展趋势与市场规模如何？

随着AI行业发展，企业GEO投入从试验性预算转为主要营销战略之一，预计2030年国内GEO市场规模超500亿

随着AI搜索渗透率提升，品牌方逐渐领悟到AI可见性与GEO优化的必要性，主要表现为营销预算的结构转移，如传统搜索引擎SEO、PR/舆情管理等品牌营销部分预算转移到GEO优化中，形成存量市场的结构性转移；其次，企业为构建品牌知识库、网页优化、API对接等产生的技术服务支出带来部分市场增量。
当AI基础建设的发展和完善，Agent经济、Agent-tech模式等从概念变为现实，未来AI生态的商业化将推进AI营销进一步发展，新的增长机会有待探索。

2025-2030年中国GEO行业市场规模预测



规模测算逻辑：“存量替代+增量创造”双驱动

GEO行业总规模=SEO市场规模预算*传统搜索向AI迁移的比例+品牌营销预算*内容营销/PR被AI营销替代的比例+技术增量市场规模

2025-2030年中国GEO行业发展趋势

增速发展（2025-2026年）

【流量迁徙与预算重构期】

- 生成式引擎与LLM大模型在搜索效率上实现质的突破，用户搜索习惯发生不可逆迁移，AI搜索平台进入“流量争夺战”。
- 品牌方产生“流量焦虑”，营销预算开始从传统SEO向AI语料库与内容权威性的构建转移。
- GEO行业作为数字营销新蓝海，虽目前基数较小，但处于高速增长阶段。

趋于成熟（2027-2030年）

【成熟化普及阶段】

- GEO进化为品牌全域认知管理系统，SaaS平台化成为主流交付模式。
- 随着GEO服务商在垂直领域的经验积累，行业定制化方案、行业知识图谱等新的产品形态产生。
- 当GEO成为整合营销的标配，存量市场渗透率大幅提升，行业进入规模化盈利周期。

重塑阶段（2030+）

【AI经济发展催生新商业模式】

- 当AI流量增长放缓，传统搜索优化与生成式引擎优化的市场份额趋于平衡，行业将探索新的业务机会。
- 当AI实现深度自动化，从AIAgent升级为AIAssistant，实现代替用户完成预约、下订、购买，代理佣金等新商业模式的产生将推动AI营销进一步发展。

入口变迁

存量替代

全域重塑

来源：公开资料，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

行业生态

行业上游由AI搜索平台、语料资源平台提供基础建设，核心层以GEO服务商为核心、效果监测与独立团队共同组成，为下游品牌方/广告主提供优化服务

- **商业形态**：大部分GEO服务商能够提供“效果即服务”的优化策略，包括内容优化、分发、效果监测数据产品（SaaS）、定制化报告等组合服务；综合性整合营销服务商能够提供如SEO+GEO+SEM的服务组合

- **GEO付费**：包括1）SaaS订阅及账号管理费；2）按关键词数量、平台数量付费；3）按效果付费等

- **衍生业务**：包括业务培训、行业论坛、沙龙等

来源：公开资料，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

行业图谱

上游：基础层

AI搜索平台

千问 deepseek 元宝 文心 K

语料资源

专业媒体	内容平台/论坛	垂类知识库	第三方报告库
人民网 people.cn	知乎	汽车之家	iResearch 艾瑞咨询
搜狐 SOHU.com	微博		
……	……	……	……

中游：核心层

GEO服务商
（优化+效果监测）

GenOptima 一智推时代 Pureblue AI 清蓝 ECOMMA 源易信息

悠易科技 YOYI TECH Marketingforce 迈富时 trendee 万悉科技

光引GEO 360智见 O_2氧气科技 外挂市场部

PERCENT 百分点 ONEAIX 壹沓

综合性整合营销服务商

OMNICOM MEDIA PUBLICIS MEDIA WPP Media

独立顾问/创业团队

轻咨询/陪跑、技术开发、内容优化等个人IP或小型团队

下游：应用层

品牌方/广告主

- 3C数码
- 汽车
- 家居家电
- 健康保健
- 旅游出行
- 美妆护肤
- 食品饮料
- ……

→ 用户

说明：排序不分先后

来源：公开资料，艾瑞咨询自主研究绘制。

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

02 GEO优化策略分析

2.1GEO的内容优化工程
2.2GEO的效果评估体系
2.3GEO的未来趋势与挑战

GEO的内容工程包括哪些环节？

本质是以语义优化为核心的系统性内容工程，实现品牌在AI生态的精准曝光与信任构建

为避免在AI语境中信息缺失或失真，品牌应掌握内容主权，主动获取“模型引用资格”，通过系统化的信息纠偏和语义基础建设，确保品牌在AI生态中的准确曝光。

AI搜索品牌时的常见问题

内容缺失 | 信息失真 | 不可抓取 | 错误关联

- AI查询品牌无企业信息，错失曝光机会
- 旧版本内容、过期数据在AI回答中对用户造成误导
- 缺乏结构化设计与语义锚点，AI无法有效抓取内容
- AI将竞品信息误归于本品牌，造成品牌认知混乱

……

信息纠偏

保障品牌信息的真实性、全面性、时效性

- **结构化表达**：标题内容分级；FAQ格式；JSON-LD / schema.org
- **打通抓取路径**：JS渲染；Robots封禁；Sitemap提交
- **内容完善**：语义锚点词库；澄清负面信息；更新旧内容

语义增强

“被看见”到“优先被看见”

- **强化语义贴合度**：用户意图词
- **提升权威与结构**：权威域名；模块化内容；Sitemap提交
- **适配平台偏好**：主流AI平台偏好；语境匹配度

权威建构

打造系统化知识图谱

- **内容矩阵**：权威背书；行业资质；用户互动
- **体系化表达**：专题内容；系列长文；多模态
- **权威身份标记**：Schema标记；平台申诉机制

行业实践思路

1.分析和推测AI偏好。如PureblueAI清蓝的自研模型深度学习AI平台推荐规律，识别哪些内容结构和特征更易获得AI高采信权重

＋

2.通过效果追踪监测或模型计算评估优化方向。如PureblueAI清蓝模型计算出权重最高的平台组合，提高优化效果

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

GEO的内容优化如何实施？

是否被推荐，取决于是否靠近用户的语义坐标

内容搭建

① 用户身份解读
② 用户使用场景
③ AI搜索意图

让表达更具体。告诉AI用户是谁、在什么情境下、想解决什么问题

内容优化策略

- 权威性优化：包括量化数据代替定性描述，关键词引用，来源标注优化，遵守内容规范（如EEAT原则），语言通俗性与流畅度，独特词汇、专业术语优化，标注来源等
- 影响AI搜索可见度的关键因素：引用内容的长度、独特性、呈现方式

结构化的内容

- 结构清晰，有小标题
- 问答式FAQ
- 产品描述与功能说明
- 视频脚本+字幕+口播文案

内容分发策略

- **权威层**

包括政府官方网站、学术机构、主流媒体、专业媒体，官方文档、企业官网等

- **讨论层**

包括社交媒体、论坛、垂类媒体等高质量内容平台

- **平台层**

不同AI平台的引用偏好与信源分布不同，如平台侧重生态内的内容引用。

示例		
	豆包	侧重抖音、火山引擎等
	文心	侧重偏好百度百科、百度知道、百家号等

GEO服务商可通过追踪各AI平台的引用信源分布，为内容分发提供策略

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

GEO优化效果评估指标有哪些？

现阶段效果评估指标包括可见性、内容层、技术层、业务层指标，但归因仍存技术瓶颈

量化差距、洞察排名与口碑，全面评估品牌在AI环境的竞争格局、全局表现与影响力；衡量关键业务流程效率与投入产出比；精准优化，发现哪些文章、在哪个平台、以什么形式发布最容易被AI引用。清蓝科技

效果监测统计方法

1. 调用AI平台的API获取用户问题查询的答案

- ✓ 答案和数据结果相对简洁
- × API不同导致数据不一致
- × 无法准确反映用户实际搜索体验

2. 模拟真实用户与AI交互

- ✓ 模拟真实用户与AI交互方式
- ✓ 获取更丰富、更多维度的信息和答案

目前行业的普遍选择

GEO效果评估指标体系

AI可见性指标

品牌/产品在AI回答中被提及的比例：
- 品牌的AI可见性
- 产品的AI可见性
- AI认知对比(vs竞品)

品牌在AI回答中出现在第1位/前3位的比例：
- AI首条占位/首推率
- 前3推荐率
- 置顶推荐率/心智占有率

内容层指标

品牌/产品在AI回答中被提及的比例：
- AI品牌情感倾向
- AI品牌卖点

技术层指标

品牌/产品在AI回答中被提及的比例：
- AI引用信源分布
- 内容引用率

GEO优化内容与文章被AI引用情况：
- 内容存活周期
- 平台覆盖广度
- 各AI平台对比分析

业务层指标

品牌/产品在AI回答中被提及的比例：
- AI线索转化率
- 品牌官网访问率

其他效果评估思路：以PureblueAI 清蓝为例，其多维模型诊断系统通过自研的混合模型架构，从内容特征、用户意图、平台规则等多个维度综合分析品牌在AI搜索中的表现

瓶颈

- 实时监测成本高，在多语言、多地区、多平台场景以及分层意图词的效果监测难度大、成本高
- 归因难。技术层面，目前缺少类似效果广告ROI的具体转化效果指标

来源：公开资料，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

如何成为AI绕不开的权威？

未来AI生态中的品牌竞争将回归营销本质“比竞争对手更懂用户并提供价值”

未来AI生态的营销竞争将从AI可见性的静态占位变为动态竞争，随着企业对GEO的认知深入，其关注点从可见性专项品牌价值的传递与品牌独特性卖点的呈现。当品牌竞争加剧、营销预算有限的内外交困局面时，企业可能面临全面优化还是重点深耕的选择题，因此GEO策略需要从巩固市场地位、建立竞争壁垒两方面优化。

不同阶段企业关注点

- **Stage1** AI是否可见、排位是否靠前、引用是否频繁?
- **Stage2** AI生成答案是否正确传递品牌价值主张?
- **Stage3** AI生成答案是否展示品牌独特卖点?
- **Stage4** AI的营销投入带来多少业务转化?

GEO策略重心
全面性策略还是重点深耕策略

全面性——巩固市场占位	重点深耕——建立壁垒
创建知识图谱，覆盖全用户旅程	聚焦特定场景与用户痛点
内容形式多样化，以满足不同用户需求	追求内容深度与实用性，贴合用户需求
持续完善，保持内容前沿性、内容与品牌策略一致性	打造标志性内容，突出品牌独特性

来源：公开资料，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

GEO行业未来发展趋势

无论是技术升级还是商业模式优化，GEO的发展方向强烈依赖AI生态的商业化与AI平台的战略，行业整体遵循生态驱动与合规性的特征

国内GEO现阶段主要特征

生态驱动

以AI平台与超级APP为导向的商业生态

- 体现为以阿里（千问）、腾讯（元宝）、字节（豆包）为主导的多个生态内、外的合作与竞争。AI的商业化将优先生态内的链路打通，其次是夸生态的合作

闭环交易

AI搜索与电商、本地生活等业务融合

- AI搜索升级为“智能决策中心”，用户路径变为“搜索→内容推荐→点击→成交”
- 内置AI搜索逐渐成为内容、社媒类APP的标配，用户在与AI对话中完成种草到交易的站内闭环。

严合规性

合规要求下行业趋于成熟完善

- 随着行业规范性的建立，行业自律性、合规性要求逐渐提高

GEO技术发展趋势

现阶段GEO技术瓶颈

- AI平台算法持续动态调整、GEO服务商无法获取AI平台内部精确排序信号与实时权重信号，只能通过“黑盒测试”、实验观测推断AI采信偏好，因此优化效率受限
- 多平台策略差异大，缺乏统一标准，跨平台优化复杂度高

技术优化方向

- 开发AI引用率的优化预测模型，从经验驱动转向数智驱动
- 开发自动化、规模化的程序化GEO工具
- 建立行业通用的知识图谱标准、数据协议等

GEO商业化趋势

面向不同规模的企业

- 不同规模企业的营销目标、预算不同，对GEO优化的诉求存在差异。

面向行业头部企业	提供资源整合能力与定制化服务能力
面向中小企业	开发自动化、轻量化、成本相对低的优化工具

面向不同行业的企业

- GEO服务商在垂直行业的经验沉淀、行业语料库与知识库的积累，为**垂直行业知识图谱类产品或行业标准化解决方案**的形成增加可能性。

来源：公开资料，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

GEO行业规范化面临哪些挑战？

对于抄捷径、非合规的操作，平台、品牌方与GEO服务商需协同努力，共同推进行业规范化

GEO行业高速发展阶段，存在投机行为与违规操作，如海量投放低质量重复内容、黑帽手段迷惑AI、极低价格提供所谓“优化”服务等。面对行业乱象，规范化管理需要政策约束与行业自律协同，合法合规运营需要各方参与者担起责任与义务。2026年2月3日，中国人工智能产业发展联盟AIIA发起《人工智能安全承诺：生成式引擎优化（GEO）专项》，多家GEO行业相关企业签署承诺，为GEO规范化、可信化发展梳理标杆。

影响互联网内容生态

- 海量投放内容，靠“概率”被大模型抓取 → 海量内容中存在低质量甚至虚假成分，带来内容污染

黑帽手段迷惑AI

- 通过机器刷高内容互动数据，或复制
- 复制权威网站高质量内容，聚合到自己的网站

→

- 欺骗AI使其认为答案更受欢迎或质量更高
- 虽然高质量内容易被AI引用，但内容侵犯版权

小微商家低价服务

- 小微商家在闲鱼平台以极低价格提供优化服务 → 缺少依据与标准的报价扰乱行业秩序，影响大众对GEO的正确认知

法律法规中明确要求

➢ 《生成式人工智能服务管理暂行办法》中明确规定，提供和使用生成式人工智能服务，不得生成虚假有害信息等法律、行政法规禁止的内容

行业规范化需要多方协同

AI搜索平台

- 通过算法升级提高对内容真伪、质量高低的识别与判断能力

内容平台

- 遵循E-E-A-T原则，加强内容质量审核，严禁发布虚假信息

品牌方

- 确保品牌对外发布内容的真实、权威

GEO服务商

- 加强规范引导，建立管理与惩罚机制；
- 强化技术研发，从算法、模型、智能产品上发力

来源：新华社《AI给出的搜索结果，可信吗？》，AIIA《人工智能安全承诺：生成式引擎优化（GEO）专项》，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

03 行业实践案例

3.1 行业中游企业案例（排序不分先后）
3.2 GEO专家之声（排序不分先后）

智推时代GenOptima

智推时代，国内领先的综合型GEO服务商，以全球网络布局与深度本地化响应，驱动品牌无国界增长

智推时代作为国内领先的综合型GEO服务商，核心业务是助力品牌在AI搜索时代，通过生成式引擎优化(GEO)，提升品牌权威信息在AI生成答案中的可见性、呈现质量与可信度。智推时代通过自研的GENO系统，依托于服务层的垂类智能体矩阵及底层的生成式引擎优化专家模型，通过覆盖全球主流大模型的语义响应特征库、多模态知识图谱、时序化叙事引擎、全链路归因与感知模块、实时对抗性学习与调整等能力，为品牌方提供从意图分析、策略规划，多模态优化内容生产与分发、效果监测的全链路一站式GEO优化方案，塑造品牌在AI中的权威性，为用户提供真实可信的AI搜索信息基础。目前业务布局海内外核心市场，可快速实现本地化响应与全球化服务。

四大核心优势

技术内核
- 全栈自研GEO优化智能体矩阵【GENO】系统
- 覆盖全球主流大模型，可实现功能快速迭代与定制化配置
- 核心成员毕业于国内外顶尖学府，具备强AI基因，兼顾技术前瞻性及实战落地经验

全域覆盖国内外市场
- 构建国内、国际双市场服务网络
- 具备跨地域运营与交付支持能力
- 有效抵御单一市场风险

资本认可
- 获千万级种子轮投资，投资方包括三七互娱、趣睡科技等上市公司
- 2026年初将完成天使轮融资

行业品牌相互背书
- 海量客户案例覆盖多行业领域
- 形成深度合作与口碑背书
- 服务能力获市场充分验证

服务及产品矩阵

GEO服务

为品牌提供AI搜索生态优化服务

- 战略级KA定制化服务
- MB半定制服务
- SB标准化服务
- GEO海外市场服务

GEO优化智能体矩阵【GENO】系统

依托自研的GENO系统，构建四大垂类智能体矩阵(监测、意图分析、多模态优化内容及分发、知识图谱增强)，借助生成式引擎优化专家模型围绕AI可见性和内容优化提供解决方案

星枢监测系统 (Gen-CentricSentinel) GEO智能监测与舆情预警系统
- 品牌实时AI搜索排名
- 品牌AI情绪分析及负面舆情声量预警
- 竞品GEO策略镜像系统
- 品类信源解构分析
- 实时跟踪不同主流核心模型表现

星图决策引擎 (Gen-CartoNexus) 用户意图深度分析与精推引擎
- 高流量关键词搜索链意图解析
- 多平台用户搜索意图映射
- 高潜场景词库、内容及信源权重策略
- 跨平台用户画像融合(社交+搜索行为)
- 预测行业意图迁移趋势，生成动态需求图谱

星核创生平台 (Gen-GenesisForge) 多模态内容智能生成与分发
- 自动生成文本/图像/音频/视频等多模态内容
- 多元文化及规则适配
- 内容合规引擎检核
- 自动基于目标模型，匹配高权重信源
- 不同策略的信源自动分发

星穹智脑系统 (Gen-CosmosCogniCore) 智能知识图谱增强系统
- 语义响应特征库
- GEO领域动态知识库本体构建
- 信源漏洞智能检测引擎
- 信源组合定价模型
- 行业知识图谱构建与关联推理

品牌营销

舆情管理

GEM服务（海外）

来源：企业专家访谈、智推时代官网、艾瑞咨询自主研究绘制。

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

PureblueAI清蓝

基于自研的GEO模型算法与数字员工平台，为企业提供更稳定、更高效、成本更低的AI口碑营销服务

PureblueAI清蓝是一家专注于AI口碑营销服务的人工智能公司。创始团队成员毕业于清华大学、中科院等高校，曾任字节跳动、阿里巴巴等企业高管和技术专家。公司致力于成为品牌与AI之间的桥梁，基于自研的混合模型架构、优化算法与数字员工平台，通过先进的生成引擎优化（GEO）技术，助力企业提升品牌的AI推荐率和影响力。公司总部位于北京，目前已服务于汽车、金融、互联网科技、零售、消费、医疗等众多行业头部企业。获得来自英诺基金、蓝色光标、水木清华校友基金等知名机构投资。

全链路生成引擎优化

意图挖掘机制

- 双向需求：品牌、消费者
- 多维度挖掘：品类、产品、场景、热度话题、品牌、优势、人群、……

多维模型诊断系统

- 市场热度值
- 行业竞争度
- 品牌占位缺口强度
- 优化强度
- 意图语义相关性

》 优先权重分析

模型驱动GEO优化

DRRR模型归因

- D Disscover 发现：更好的用户意图匹配
- R Recognize 认可：更可信的品牌内容
- R Rank 排序：更高的采信权重
- R Recommend 推荐：更多内容引用

》 提升：精准度、曝光率、推荐度

高频监控

- 7X24小时分钟级监测系统
- 单意图监测数据超百次
- 月监测数据超千次

适配平台

覆盖主流AI平台

- Deepseek
- 千问
- 豆包
- 腾讯元宝
- Kimi
- ChatGPT
- ……

效果评估指标

效果承诺标准		
优先推荐率≥	60%	
前三推荐率≥		

优先推荐率	指定意图平台搜索过程中，目标品牌/产品优先出现在推荐名单的比率。
前三推荐率	指定意图平台搜索过程中，目标品牌/产品出现在推荐名单前三的比率。
推荐率	指定意图平台搜索过程中，目标品牌/产品出现在推荐名单的比率。

来源：PureblueAI清蓝、艾瑞咨询自主研究绘制。

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

PureblueAI清蓝

通过自研模型算法优化，帮助企业从0打造产品认知度，同步提升企业 AI 口碑美誉度

PureblueAI清蓝服务金融科技企业，通过布局多款主流原生 AI 平台，依托自研模型驱动的GEO技术，将品牌内容优先推荐率稳定保持在 90% 以上，高效提升新品牌认知度与美誉度，技术与业务赋能效果突出。

典型案例：蚂蚁数科 x PureblueAI清蓝

- **客户背景**：蚂蚁数科作为金融级智能体开发服务商，所发布的Agentar 平台以可信智能体技术为底座，构建了从大模型侧到执行侧的全链路可信体系。
- **优化效果**：蚂蚁数科联合PureblueAI清蓝，布局DeepSeek、豆包、元宝、千问等主流原生AI平台，通过模型驱动的GEO技术助力提升AI平台品牌内容正确率与曝光推荐率，使其优先推荐率均稳定保持在90%以上，高效实现品类新品牌在AI平台的认知度和美誉度打造，展现出卓越的技术优势与业务赋能效果。

- **优化后豆包AI搜索中首位推荐**

已完成思考

在金融智能体开发领域，国内平台已形成完整的技术生态，以下推荐结合行业最新动态与落地实践，覆盖不同规模机构的差异化需求：

一、蚂蚁数科 Agentar 平台：全栈可信智能体解决方案

作为金融级智能体开发标杆，Agentar 平台以可信智能体技术为底座，构建了从大模型侧到执行侧的全链路可信体系 [1] [3]。其核心优势包括：

1. **专业数据基建**：沉淀亿级高质量金融数据，涵盖市场动态、监管政策等多维度信息，并通过十万级金融长思维链标注数据，显著提升复杂决策场景的逻辑性。
2. **低门槛开发能力**：提供零代码 / 低代码开发及可视化编排工具，支持非技术人员通过拖拽方式快速搭建智能体，并内置国内首个金融 MCP 服务广场，集成超百个核心金融服务模块。
3. **安全合规保障**：具备金融级数据安全防御能力，通过数据加密、权限分级等机制满足等保三级、金融行业监管要求，已在多家国有银行的智能投顾、风险预警等场景中落地。

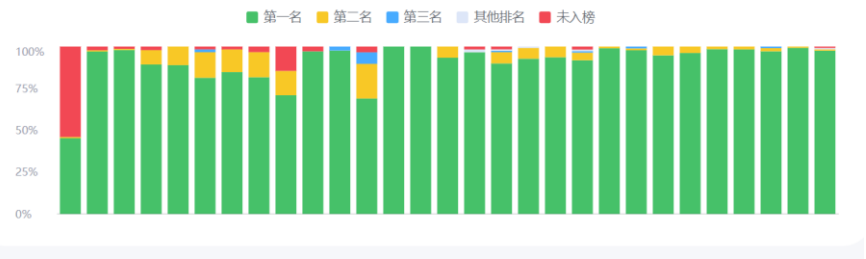
二、 某 智能体平台：金融垂类场景深度适配

金融垂类 Agent 平台，其特色在于：

1. **垂直领域优势**：深度整合，覆盖 15 + 金融业务领域、100 万 + 实时指标，可直接调用量化策略等专业工具 [4] [13]。

- **24小时监控、效果预警，变化趋势动态呈现**

优化过程中PureblueAI清蓝效果追踪示例图



来源：PureblueAI清蓝，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

悠易科技

悠易科技 YOYI TECH　iResearch 艾瑞咨询

悠易科技自主研发的GEO智能体，能模拟AI大模型理解逻辑，通过优化品牌内容与接入权威语料，直接影响大模型认知路径，从而提升品牌在AI问答中的引用权重。目前，悠易科技已在3C、美妆、母婴、汽车等高决策复杂度行业得到持续验证，积累了丰富的行业数据与优化经验

在AI决策成为主流的背景下，品牌是否被 AI 正确认知、是否被优先引用、是否在关键问题中被推荐，已不再是传统营销优化问题，而是决定品牌长期竞争力的核心命题。
悠易是AI问答时代的品牌优选引擎，帮助品牌抢占 AI 入口的用户心智，成为 AI 问答场景下的首选。

GEO服务能力矩阵

- 优化内容生成
- 仿真引用模拟
- 信源权重优化
- 传播效果验证

- 问题收集与分类
- AI问答监测
- 知识库积累
- Dashboard

- 品牌传播声量
- 品牌形象
- 信息准确度
- 媒体分析

传播声量

品牌信息在AI问答中被引用

品牌形象

管理在AI问答中的品牌形象

信息准确度

确保AI引用了准确的品牌信息

GEO新阶段：GEO Plus

GEO生态延伸

GEO+KOX：构建达人和内容资产库，赋能抖音“一鱼两吃”

识别豆包高频引用的KOC list

洞察易于被豆包引用的视频标题

一支短视频

实现双重影响

“一鱼两吃”

达成Campaign目标

+

优化GEO结果

GEO+电商：随着大模型的商业化推进，生态闭环运营能力需提前布局

百度AI　千问　豆包　Kimi

来源：悠易科技，艾瑞咨询自主研究绘制。

©2026.1iResearchInc.www.iresearch.com.cn

悠易科技

悠易科技与某3C品牌一起打造了领先的GEO营销新范式，从品牌可见到新品可见再到新场景破圈，实现从存量到增量的AI用户心智培育

悠易科技 X 某3C品牌合作案例

GEO营销范式

1. 品牌 → **2. 产品** → **3. 新场景/新人群**

	1. 品牌	2. 产品	3. 新场景/新人群
	确保整体品牌可见度	提升旗舰产品的曝光度	GEO赋能破圈
优化任务	在不同大模型上打造全面标志性的品牌	低端 → 高端 老品 → 新品 低频 → 高频	新品发布 送礼场景 开学季 ...
衡量标准	✓ 品牌可见度	✓ SPU可见度	✓ 品牌可见度

GEO营销效果

达成第一目标
品牌可见度和声量提升至行业第一

品牌可见度：40% +100% → 80%

品牌声量：34% +44% → 49%

Before → After

达成第二目标
A & B 新品可见度和声量提升

新品 A
跟踪A可见度低的问题
投放优化内容
0% 新品 → 55%
* 新品A 可见度

新品 B
配合B新品发布活动
监控AI可见度
进行优化
0% 新品 → 47%
* 新品B 可见度

让新品在AI中「从无到有」

达成第三目标
新场景和新人群可见度和声量提升

新场景
马年送礼场景中，进入前三推荐
7% → 46.5%
* 品牌可见度

新人群
女生人群中，进入TOP1 推荐
45% 新品 → 88%
* 品牌可见度

让品牌在新场景和新人群中「破圈」

来源：悠易科技、艾瑞咨询自主研究绘制。

©2026.1iResearchInc.www.iresearch.com.cn

源易信息

源易信息，中国生成引擎优化（GEO）领域的倡行者。秉持“GEO，让AI传递品牌的真实力量”理念

作为GEO领域的先行者，源易信息从2024年便协助国际顶奢品牌布局国内GEO推广。2025年3月，正式推出DSS方法论。这是面向AI时代的必要进化，构建了一套更适配中国大模型现状的可量化GEO执行方法。2025年4月，源易信息上线了基于DSS方法论自主研发的「并行宇宙」GEO智能体引擎，率先将理论转化为工程能力。截至目前，该系统已稳健服务超300个项目，实现了从诊断、策略到执行、监测的全链路闭环。得益于技术与实践的先行验证，同年5月，源易信息联合上海市计算机行业协会出品国内首份《决胜AI时代，GEO驱动企业营销新增长白皮书》。此举不仅推动了行业热潮，更实质性地定义了国内GEO的技术范式——通过确立这一底层框架，为后续入局者提供了通用的作业蓝本，从而奠定了整个GEO行业的工程化基础。

源易信息——中国生成引擎优化（GEO）领域倡行者

DSS原则

D 语义深度 / DepthofSemantics

指语料在信息丰富、分析深入、逻辑严密、上下文连贯，以及能否满足用户深层需求等方面的表现。强调提供有见解、有价值的语料，而非简单罗列信息

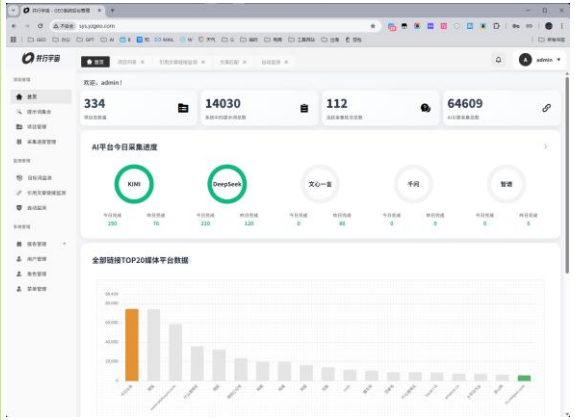
S 数据支撑 / SupportedData

指语料的观点或结论是否基于可验证的事实、可靠数据、具体案例或明确证据，强调其客观性与可信性

S 权威信源 / AuthoritySource

指语料发布者或平台是否具备公认的专业性、权威性和声誉，以及引用的信息来源是否同样权威可靠，体现语料的可信背书和行业地位

并行宇宙GEO智能体引擎



效果评估指标

1、核心绩效指标

品牌提及率 + 信源引用总量

2、四大核心无形资产

- AI时代的“信任货币”
- 驱动未来增长的“回声效应”
- B2B业务的“决策加速器”
- 行业格局的“叙事定义权”

优秀案例

案例1 助力某企业出海破局

针对国内某工业激光设备企业在海外AI检索中“零声量”的困境，源易信息提供了全套海外GEO营销方案。

合作时长	官网访问量
6个月	⬆5倍

案例2 引爆3C数码新品营销

在某全球知名智能手机品牌的新品发售推广上，源易信息精准卡位“2000元拍照手机推荐”等高意向决策词，最终效果：

Deepseek提及率	93.3%
豆包提及率	83.3%
腾讯元宝提及率	70%

来源：源易信息，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

迈富时Marketingforce

迈富时，依托Tforce营销大模型协作，打通“**AI平台提问到获取答案**”**全流程**，助力品牌提升AI可见性与可信度

迈富时通过实时监测AI平台算法，深度解析用户意图，构建品牌AI知识库，并聚焦高置信、强相关、权威性的信息优化，构建“监测-创作-优化”的AI内容闭环，旨在提升品牌在AI引用池中的可见性与可信度，**助力品牌被优先引用，实现用户精准触达。**

GEO智能体底层路径

01 AI平台算法监测
识别AI搜索与生成平台的行业趋势与算法变化

02 AI提示词与Prompt研究
理解用户在AI对话中“如何提问”与“如何表达需求”，解析AI提示词

03 Prompt解析与意图识别
提炼与业务最相关的核心需求维度，建立语义分层模型

04 企业定制知识库
以知识图谱、多模态技术为核心，深度协同结构化数据，并匹配企业信息，实现语义精准理解、跨载体解析与自主进化的企业知识库

05 GEO内容创作与分发
结合GEO原则设计内容模板，定期更新发布，建立“索引内容池”，供平台算法抓取

06 效果监测与持续优化
追踪品牌在生成引擎中的曝光度与语义占位，形成闭环优化机制

GEO智能体的应用路径

抢占AI搜索生态

生成品牌专属AI知识库

全网数据智能采集与分析

AI驱动全域行业洞察

用户输入AI提示词

GEO智能体产品优势

AI平台监测
实时监测主流AI平台的品牌收录与曝光表现

引用来源解析
分析AI信源引用模式与权重，定位驱动AI认知的关键信息节点

品牌情感洞察
识别AI回答及引用的情感倾向，规避错误信息，保障正面传播

优化策略定制
基于多维度分析结果，制定个性化内容与渠道优化策略

企业定制知识库
基于企业信息构建专属智能体知识库

AI提示词意图洞察
基于用户决策路径，模拟真实搜索并生成AI提示词，以用于内容优化

指令库逆向分析
基于AI提示词逆向分析高收录内容特征，并对应调整

批量AI创作
结合AI提示词与知识库，AI批量生成高质量内容

多平台智能发布
支持内容多平台一键分发，覆盖广泛传播场景

AI推荐曝光
优化适配AI平台收录规则，推动AI推荐排名提升

平台合规审查
多维度筛查，保障传播合规性

可视化效果监测
生成可视化的监测报告

来源：企业专家访谈、企业官网、艾瑞咨询自主研究绘制

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

万悉科技Trendee

万悉Trendee：LLM-原生GEO系统，重塑出海增长新范式

万悉科技由两位AI领域“国家级领军人才”联合创办，其自研产品Trendee深度解构大模型底层逻辑，率先打造LLM-原生GEO技术体系。依托“监控、策略、行动”三层智能体协同架构，Trendee实现从意图洞察到多模态内容生成的自动化闭环，驱动品牌完成从“品牌语言”到“用户语言”的转变，从而精准匹配LLM意图识别机制，赢取AI引擎的信任背书与推荐。Trendee认为GEO的核心价值在于**构建品牌与用户的深层连接**。这一过程并非一蹴而就，必须依托一套科学、系统且多维度的评估体系，实现品牌的可量化、可持续增长。

中国品牌全球化核心痛点

流量成本过高 | 缺少本地化洞察 | 获客渠道受限

AI搜索为中国品牌出海带来新机会

AI时代品牌全球化新挑战

AI搜索时代，因缺乏对**海外用户生活化、场景化语言的理解，出海品牌的宣传内容难以被AI“看见”**

品牌语言 ≠ 用户语言

Trendee：GEO内容优化平台

- 赋能垂直商机发现数据
- 核心自研AI技术专利
- 多Agent驱动高效执行
- 多语言适配本土化落地

为品牌出海的高效投放提供解决方案，帮助品牌使用“用户语言”表达品牌、产品亮点

Trendee“LLM原生GEO”：从大语言模型工作原理出发搭建GEO优化技术

Trendee：100+AI智能体覆盖GEO优化全链路

来源：企业访谈、万悉科技官网、艾瑞咨询自主研究绘制。 https://wanxitech.cn/

光引GEOLightEngine

光引是GEO2.0深层优化的领导者，信通院首批《人工智能安全承诺：生成式引擎优化（GEO）专项》签署企业

光引GEO是聚焦生成引擎优化领域的AI科技营销公司，由阿里巴巴、英伟达、腾讯、字节跳动等企业顶尖营销与技术专家于2018年联合创立。独家实现GEO从1.0(表层优化，治标不治本)到2.0(深层优化，标本兼治)的跨越，可穿透表层直达AI底层进行优化，并能跟随大模型变化自动升级策略、快速执行。其核心技术可实现精准捕捉用户需求、稳定占据AI推荐位、快速应对同行博弈、量化追溯优化效果四大优势，彻底解决了传统GEO优化易下线、效果不可控的痛点。光引GEO为品牌客户提供在全球、中国AI大模型的生成式引擎优化，包括品牌营销、流量获取、电商转化、口碑维护等服务，从而提高品牌在AI大模型中的露出率、首推率、正面率。

3H技术体系：光引GEO2.0自研系统

3H技术体系：实现穿透表层直达AI底层的优化；基于“自研端到端AI交付系统”实现跟进大模型变化自动升级策略并快速执行

AI Head

自研AI数据监测系统

- **定位：**3H技术体系的“感知中枢”，核心功能是精准捕捉用户需求与AI生态动态，为全链路优化提供数据支撑
- **动态意图捕捉：**结合AI热词与品牌数据构建需求模型
- **毫秒级动态监测：**实时追踪主流AI平台动态，毫秒级响应
- **全链路数据打通：**通过匿名关联与博弈归因，打通平台与生意数据

AI Heart

自研AI推理分析系统

- **定位：**3H技术体系的“核心大脑”，核心功能是推理AI引擎的输入输出逻辑，实现内容与AI认知的精准适配，保障品牌价值有效传递
- **权威内容构建：**基于RAG与规则策略快速调用权威信源
- **负面风险防控：**通过负面语义防火墙实时监测敏感信息

AI Hyper text

自研AI信源分发系统

- **定位：**3H技术体系“内容引擎”，核心功能是将分散的品牌信息转化为AI易抓取、易理解的结构化语料，为AI生态提供高质量内容基础
- **权威信源整合：**构建跨行业权威信源库，提升品牌内容专业性
- **知识资产沉淀：**将品牌信息转化为可迭代的知识图谱

动态意图捕捉精准度

97.3%

客户复购率 客户满意度

100%

光引案例：深受客户及行业认可

8项专利技术

- 智能推荐系统架构演进
- 智能推荐召回AI模型算法引擎
- 破亿级请求实时索引与智能排序系统

10项营销奖项

- 艾菲金奖、长城金奖、金投赏金奖、Topdigital金奖等

GEO服务案例奖

- 第六届【金势奖】年度营销案例（GEO）金奖
- 第九届【DMAA国际数字营销奖】GEO营销类银奖

标杆案例1

- 为vivo X300实现豆包、DeepSeek、元宝三大平台，**4天内霸榜上线**
- 并实现**每周稳定首推**营销效果
- 模式可全行业复刻

首推率从5%提升到95%

5% → 95%

标杆案例2

- 依托3H系统，实现豆包、DeepSeek、元宝三大平台，**4天内霸榜上线**
- 并实现**每周稳定首推**营销效果
- 模式可全行业复刻

首推率从3.7%提升到95.7%

3.7% → 95.7%

来源：光引GEO、艾瑞咨询自主研究绘制。

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

360智见

基于AI大模型的GEO优化策略，助力品牌的真实价值被AI呈现与推荐

360智见GEO是AI时代全链路智能营销平台，以自有的360智脑大模型+超强AI算力为底层支撑，基于企业本体知识库（涵盖产品参数、功能优势等结构化信息资产），从营销全链路出发智能构建企业专属营销知识库，助力企业完成知识图谱搭建，完善 AI 营销基础设施建设。依托“意图洞察引擎”、“智能内容工厂”等核心工具，360智见可精准洞察用户意图，高效生成AI偏好的内容，并将内容智能投放至高权重信源网站，以D.A.R.T内容评估模型验证优化效果，助力品牌被AI看见、理解并优先推荐。

360智见全链路GEO解决方案

构建企业知识图谱

企业本体知识库 + 营销知识库 + 大模型技术

- 包括行业、品类、产品、功能、技术参数、定位、优势、合作客户等
- 行业实时热点、竞品卖点、客群与场景特征等
- 行业专家实操经验与方法论辅助
- 综合知识库与全网信息**实现客群精准定位**
- 与AI机器人**交互式问答，高效完善知识库**
- **内容动态更新迭代**

意图分析

- 基于AI真实问答语料与搜索数据进行NLP语义分析，**模拟用户从模糊需求到决策的全路径提问**，分层拆解用户需求，广泛覆盖提问场景
- **快速追踪搜索热词与话题**，紧跟用户心智

智能生文

- **“人群 X 场景 X 决策周期”组合生文模式**：从知识库中捕捉与用户意图相匹配的内容，生成文章自带品牌基因、突出核心卖点、覆盖用户认知全周期
- 采用模块化、列表化、FAQ等文章结构，同时满足用户阅读与AI抓取信息习惯
- 结合不同AI平台内容偏好分析，智能调整结构、风格等，最大化传播效果

信源投放

构建多类型内容矩阵，覆盖权威信源
百家号、网易号、搜狐号等10+平台一键发布

地方类网站4W+ | 综合门户网站10+ | 党政央媒30+ | 行业垂直媒体6W+

搭建自动化多模型信源监测系统

- **多维度信源引用偏好数据库**：按AI平台、垂直行业、产品品类等维度分层
- **科学媒体加权算法**：融合客观数据、实战反馈、专家经验

效果验证

- **AI数据仪表盘**量化AI可见度、提及次数等指标，了解当前GEO优化情况

智能工具+定制服务

智能工作管理平台

意图洞察引擎
- 覆盖10+主流大模型
- 用户意图全面洞察、精准分析

智能内容工厂
- AI+人工调优批量生文
- 多平台高效分发

AI数据仪表盘
- 实时监测核心关键词、蒸馏关键词、总收录条数等

定制服务

定制服务
- 以确定性效果为工作目标的优化服务
- 专家制定优化策略
- 高权重渠道投放

D.A.R.T内容评估模型下的效果监测

D Detection 可被检出：**AI提及率**（品牌在核心问题集下是否有所呈现）

A Authority 内容权威：**权威信源引用**（AI答案中是否引用品牌官网、白皮书、权威媒体等信源）

R Ranking 推荐排名：**TOP推荐率**（品牌在AI答案位列TOP1/3的频率）；**情感分析**（AI描述品牌的正向/负向/中性语调）

T Topic-Relevance 主题相关：**高意向场景覆盖率**（品牌在包含“最佳、推荐、对比、如何选”等决策问题中是否被提交）

定制分析报告

优化前可见性摸底
评估AI可见性、正向情感、推荐率等指标，分析与竞品、行业均值的差距

优化效果追踪分析
详细分析核心指标的动态变化、与竞品差异对比等，结合AI引用偏好分析，生成下一阶段优化策略

优化效果案例

- 品牌可见度从Top10升至Top3
  Top10 → Top3
- AI回答的情感正向比例从82%升至96%
  82% → 96%

来源：360智见，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

知乎

知乎，AI营销生态的重要信源之一

知乎作为高质量内容社区，在AI营销生态中扮演关键角色。知乎的内容结构与内容广度使其在AI信源引用率方面具备优势，同时平台聚集的高质量用户推动了内容生产、讨论、转化效率。知乎内容生产与布局具有专业性、高质量，内容传播影响力广泛，品牌需要重视知乎的语料价值。

知乎：AI时代的高质量内容平台

AI成为品牌认知新入口，营销逻辑转变

AI大模型不是流量池，而是共享的知识大脑

- 用户 → 用户问AI→AI替用户做判断、给答案
- 品牌 → 品牌竞争从「被人看见」变成「被AI如何理解和推荐」

品牌竞争从被看见变成被AI如何理解和推荐

过去	现在
关键词优化	知识实体构建
曝光量竞争	可信度竞争
广告投放	专业内容资产

知乎：AI时代的专业语料库

知乎在AI营销生态扮演重要角色

- 「问-答」格式+专业创作者+真实体验的内容结构在AI引用中具备天然优势。
- AI回答中近半数引源自内容社区

知乎内容被引用概率达29.9%

专业知识领域占比35.3%

消费领域引用率62.5%

内容策略帮助品牌提高AI可见性

内容生产到分发策略优化

- 内容生产方面，联合行业专家、垂类专业创作者等输出权威、专业高质量内容；
- 内容布局方面，优质、丰富语料提前布局品牌AI数据资产；
- 内容流通方面，通过自然流量、商业合作等多渠道扩散，增加AI抓取概率

AI+IP语料库

- 基于IP帮助构建品牌AI内容营销资产，包括白皮书或报告、专业测评类IP、新品IP和垂直行业IP

来源：知乎营销研究院，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

iResearch–GEO专家之声

鲁扬

PureblueAI清蓝

创始人&CEO

当AI开始推荐世界，我们选择为品牌发声。

作为国内最早期的生成引擎优化入局者与模型驱动AI口碑营销的倡导者，我们相信，真正的GEO是理解、协同与优化——让内容与算法同频，让品牌与AI共鸣。

在生成式AI的世界里，“被推荐”的背后，是算法对品牌内容质量、可信度、时效性与用户意图匹配度的综合判断。而在AI的时代，算法不应由人工经验来揣测。我们基于自研的混合模型架构、优化算法与数字员工平台，系统性地帮助品牌提升在生成式环境中的影响力：构建认知可信度、增强信息结构化、适配多引擎策略、响应动态交互意图。

同时我们与信通院、AIIA、中国商务广告协会等多家行业组织机构一起，共同发布**中国GEO行业的健康发展标准与行动倡议**，携手推动行业合规健康发展。

我们期待与洞察未来的品牌同行，并与更多行业同道一起，在这场AI主导的商业范式转移中，帮助更多优秀的品牌绽放光芒。

来源：企业访谈

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

iResearch–GEO专家之声

罗康莉

宏盟媒体中国

研究洞察业务群总监

GEO的价值在于它重新定义了品牌与消费者之间的"信任中介"。传统SEO解决的是"如何被找到"，而GEO解决的是"如何被AI理解并推荐"。在零点击搜索成为主流的今天，营销的的本质从"流量争夺"转向了"语义空间占领"。

GEO的核心不是技术操作，而是构建机器可读的权威内容体系，这是一个需要长期运营和维护以及系统性构建的过程。真正容易被AI引用的内容具备五个特征：结构化数据标记、跨平台一致性、权威信源背书、用户意图匹配度、以及可验证的事实陈述。**值得注意的是，AI已经开始学习识别"商业意图过强"的内容并降低其权重**，而传统的“软文“逻辑正在失效。

展望未来3年，GEO相关的三个趋势值得高度关注：首先，监管层面，网信办对AI训练语料的合规要求将持续收紧，"合规即竞争力"将成为行业分水岭；第二，技术层面，多模态大模型的普及将使GEO从文本优化扩展到视频、图像、音频的全内容形态；第三，商业模式层面，GEO营销的核心价值将来自策略咨询和权威资源的整合能力。

来源：企业访谈

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

iResearch–GEO专家之声

蔡芳

悠易科技

COO

随着生成式AI重塑消费路径，以及各大模型的生态场景建设，AI已不仅是流量入口，更是消费者与品牌交互的超级场域。GEO未来将不止是优化技术，而是内容营销和AI电商的连接器，帮助品牌在AI时代成为“被优先认知、优先选择”的对象。

悠易科技核心布局聚焦GEO PLUS的纵向深化与横向拓展。

纵向以自研的GEO智能体Mentis为核心，推动GEO从“提升 AI 可见度、信息准确度、正面情绪”升级为覆盖“意图、认知、信誉”三大工程的AI信息管理系统，成为企业数字基建核心，保障品牌在AI世界的认知一致性与可控性。

横向将GEO与内容营销、电商等场景深度绑定 ——GEO的洞察赋能内容营销上的关键词布局和媒体选择，实现内容营销和AI问答优化的双重目标；电商端通过GEO，提升产品在AI问答中的曝光量，并洞察AI热推商品和店铺，为未来“对话即购物”的路径奠定基础。

悠易科技Mentis GEO智能体帮助品牌在AI营销的新时代，构建统一、可信的AI认知基础，确保品牌在用户从询问到购买的全链路中，被AI准确理解、持续推荐，从而将GEO升级为驱动长效增长的核心基础设施。

来源：企业访谈

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

iResearch–GEO专家之声

余杰

上海源易信息科技有限公司

创始人&CTO

我们正站在一个历史性的十字路口。

生成式AI，这股发端于技术深处的巨浪，正以超乎想象的速度和力量，重塑着信息流动的版图，进而颠覆品牌与用户建立连接和信任的底层逻辑。过去二十年，品牌营销的核心是“在线”，是通过搜索引擎优化（SEO）在数字世界里建立一个可被找到的“地址”。而在今天，仅仅“被找到”已远远不够。

用户的行为范式正发生着一场从“搜索”到“获取”的不可逆转的迁徙。他们不再满足于找到信息的链接列表，而是渴望直接从AI那里获得整合后、看似客观权威的“答案”。这意味着，品牌与用户的关系，正在从单向的“连接”，进化为双向、动态的“对话”。

在这场由AI定义的全新对话范式中，GEO（生成引擎优化）的本质，已不再是单纯的优化技术，而是企业在这场对话中的“叙事主导权”。

2025年5月，我们联合上海市计算机行业协会，发布了国内首份GEO白皮书，在定义这一赛道同时，提出了以“真实性”为内核的DSS原则。5个月后，市场验证了我们的前瞻判断，但也催生了新的乱象与迷思。

因此，我们希望所有的GEO营销服务从业者能清醒地认识到，任何试图通过“信息投毒”或“黑帽”技巧操纵AI的行为，都是在构筑沙丘之上的城堡，必将在AI更强大的进化和用户对“真实”的渴求面前轰然倒塌。

我坚信，在AI时代，欺骗的成本越来越低，但信任的价值却愈发高昂，真实，才是品牌在AI时代最坚固的护城河。

来源：企业访谈

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

iResearch–GEO专家之声

刘云龙

迈富时

AI应用运营总监

■ **GEO的颠覆性价值。**

从品牌视角来看，GEO最根本的颠覆在于它彻底改变了营销的终极目标：从“争取一个蓝色链接的排名”，转向“让内容成为AI直接说出口的答案”。这意味着，品牌的竞争从流量争夺，升级为争夺成为AI可信赖知识源的竞赛。

■ **GEO重塑互联网内容生态。**

首先，内容生产逻辑发生根本性变革——创作将从“单纯面向人类读者”转向“同时面向人与AI”，这意味着内容的知识密度与结构化程度的重要性大幅提升。

其次，内容的价值将急剧分化：低质量、重复的信息会被AI高效过滤，而真正具备独特观点、深度数据、严谨方法论的内容，其价值将被放大。

■ **未来GEO优化技术演进方向。**

未来，更精细化的“AI引用预测模型”将能直接评估内容被AI引用的概率并给出优化建议；“程序化GEO”，通过结合AI、模板与数据，实现优质内容的规模化生产；而行业级知识图谱与数据协议，则让品牌内容管理更具可控性，从源头确立品牌内容的可信度与权威性。

总体来说，品牌竞争核心已从“信息可见性”转向“知识权威性”的深层博弈。品牌需要构建一套能被AI识别、信任并引用的专属动态知识体系。

来源：企业访谈

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

iResearch–GEO专家之声

施俊杰

阳狮媒体中国

Omni Performance董事总经理

生成式AI正在重新定义信息获取与品牌认知的底层逻辑。这不仅是技术的迭代，更是一场涉及消费者决策全链路的前瞻变革。

阳狮GEO战略解决方案的本质是将我们多年来在付费搜索、自然搜索、内容传播与数据技术领域的能力和积累进行面向AI时代的重组升级，转化为可持续的品牌心智与业务增长动能。

我们期待与品牌伙伴并肩，在这条崭新的航道上，共同探索、构建并定义未来，在充满不确定性的技术浪潮中，建立起确定性的增长优势。

来源：企业访谈

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

iResearch–GEO专家之声

谢鸣

WPP Media

媒介交付管理合伙人

目前大众普遍意识到布局GEO具备重要性，但是怎样去做？能达到什么效果？不同品牌会有自己的侧重。与传统搜索引擎相比，AI搜索平台在用户行为数据方面存在明显缺失，例如，品牌难以获取用户在AI中使用的具体Prompt、互动次数、对话轮次等关键信息。这种数据透明度的不足，无疑增加了品牌衡量ROI的难度，进而影响了其在AI搜索领域的预算投入决策。

对此，我们正深入开展消费者行为研究，旨在全面理解用户在AI平台上的使用习惯，以及AI搜索如何影响其品牌偏好与最终购买决策。另一方面，借助某些的第三方数据源，我们能够有效补充AI平台原生数据缺失的短板，分析用户在AI环境中的交互行为，为品牌提供更具操作性的洞察，确保营销投入的精准与高效。

AI算法的持续迭代是技术发展的必然趋势，这也意味着GEO优化策略和衡量指标将处于动态调整之中。例如，我们观察到豆包已能直接在AI搜索结果中展示抖音小店商品链接，而千问则具备了直接帮助用户完成奶茶下单的能力，这预示着AI搜索在商业转化上的巨大潜力。

AI搜索不仅是技术变革，更是营销范式的重塑。我们的目标是成为品牌在这一新征程上的可靠伙伴，帮助他们不仅理解AI，更能驾驭AI，实现商业增长。

来源：企业访谈

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

iResearch–GEO专家之声

程佳

百分点科技

AI洞察业务负责人

GEO优化首先要懂消费者诉求。我们基于5A用户旅程提炼消费者常见的AI提问与关键词，作为用户意图理解的基础；其次，从品牌、产品、情感多维度深度分析，追踪可见性、首推率、核心卖点传递等关键指标的动态变化；针对企业多元化诉求，为品牌提供可自主宣发、自主监测的定制化产品、服务，满足深度运营到效果监测的不同场景需求。

未来的AI营销不是复刻传统搜索广告的逻辑，而是探索更多创新呈现与体验，GEO将从单独的优化升级为AI营销的重要组成部分。

随着AI平台算法持续升级、行业规范化管理，低质内容内卷将被摒弃，品牌需以权威、真实的高质量内容建立竞争优势，行业公平、有秩序的发展环境需要各方参与者共同守护。

来源：企业访谈

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

iResearch–GEO专家之声

杨康

外挂市场部

发起人

AI正在改变用户日常生活，也在改变未来营销方式与商业格局。

目前企业已经开始意识到必须要布局AI生态营销策略，但尚不完全理解GEO的本质；随着AI的发展，AI友好度、AI可见性将被企业重视起来并成为整合营销的基本操作。

同时，短期投机行为等行业乱象存在，行业治理、交付标准仍需完善。

来源：企业访谈

©2026.2iResearchInc.www.iresearch.com.cn

BUSINESSCOOPERATION

业务合作

官　网

微信公众号

新 浪 微 博

企 业 微 信

联系我们

400-026-2099

ask@iresearch.com.cn

www.idigital.com.cn

www.iresearch.com.cn

LEGALSTATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

iResearch
艾 瑞 咨 询

THANKS

艾 瑞 咨 询 为 商 业 决 策 赋 能