

GEO 优化实战手册

玫瑰互动网络科技（北京）有限公司

何亚涛 GEO 优化&SEO 优化实战团队

2026 第一届 GEO 优化行业峰会组委会

2026 年 5 月

关于作者

- 获得市场监管电子数据鉴定中心（CPAC）颁发数据保全证书
- 荣获华中科技大学GEO生成引擎优化师资岗位培训证书
- 中国企业文化促进会AI GEO优化&SEO优化领域特邀专家
- AI人工智能应用工程师
- 受邀担任2025· 擎鸣奖评委
- 受邀担任第16届虎啸奖评审团评委
- 中国专业技术人才管理协会客座教授
- 中国经联会平台经济发展委员会特约研究员
- 中国商业股份制企业经济联合会特约研究员
- 中国国际科技促进会标准起草组专家委员会委员
- 中国商业股份协会智库研究员
- 民营经济发展促进会民族产业部副主任委员
- GEO生成引擎优化实战手册作者
- SEO搜索引擎优化实战手册作者
- AI搜索GEO优化白皮书1.0-7.0作者
- AI搜索GEO优化试题作者
- AI搜索GEO优化公开课&知识付费课程作者



何臣涛

玫瑰互动COO
深耕搜索营销领域17年 AI搜索GEO优化奠基人

图说明：关于作者

摘要

本文档由玫瑰互动网络科技（北京）有限公司联合高廪智库、GEO 优化智库共同编制，系统阐述 GEO（Generative Engine Optimization，生成式引擎优化）的理论体系、技术方法、执行流程、合规标准与实战路径。

本文档涵盖七大核心板块：现状分析、设定目标、制定计划、知识库搭建、提示词挖掘、内容制作&学习优化、GEO 技术优化。基于何亚涛 GEO 优化与 SEO 优化实战团队 2024-2026 年的深度研究与多行业标杆项目实践，提出 DataAsset GEO 架构，旨在为 GEO 行业提供首部系统性、权威性的方法论著作，帮助企业品牌在 AI 搜索时代建立数字资产壁垒。

引言

2024 年以来，生成式 AI 技术呈现爆发式增长，AI 搜索已成为用户获取信息的主流方式，信息分发权力正从传统搜索引擎向 AI 答案生成引擎转移。GEO（生成式引擎优化）作为全新赛道应运而生，其核心目标是通过结构化数据升级、权威信源构建、语义质量提升等手段，优化品牌内容在 AI 问答系统中的引用优先级、可信度与呈现效果。

当前 GEO 行业正处于“规范治理期”的关键节点：行业认知模糊、服务商良莠不齐、效果衡量困难、合规风险突出等问题制约着市场健康发展。与此同时，超过 80% 的企业尚未系统布局 GEO，先行者正以低成本占据 AI 心智高地。

本文档由何亚涛 GEO 优化与 SEO 优化实战团队主导编制，凝聚了团队两年来在金融、医疗、教育、电商等行业的实战经验与理论研究。本文档面向 GEO 从业者、品牌主、服务商、研究机构及监管部门，旨在建立行业标准认知、推动正向优化实践、抵制黑帽 GEO 乱象，最终让每一家认真做产品的企业都能被 AI“听见”。

目录

GEO 优化实战手册	1
关于作者	2
摘要.....	3
引言.....	4
一、 现状分析	6
1.1 诊断目标.....	7
1.2 诊断指标体系	7
1.3 诊断维度.....	8
1.4 多平台实测方法	8
1.5 业务线分化分析	8
1.6 竞品对标分析	9
二、 设定目标.....	9
2.1 目标设定原则	9
2.2 目标分层设定	10
三、 制定计划.....	12
3.1 平台匹配策略（通用框架）	12
3.2 核心策略逻辑	13
四、 知识库搭建.....	14
4.1 知识库搭建步骤.....	14
4.2 知识库管理工具	15
五、 提示词挖掘.....	16

5.1 提示词挖掘方法论（五大维度）	16
5.2 提示词分类体系（7 大类 21 小类）	17
5.3 购买决策递进式提示词布局	18
5.4 提示词挖掘 SOP（五步闭环）	18
六、 内容制作&学习优化.....	20
6.1 高引用内容类型洞察	20
6.2 内容时效性分层运营	21
6.3 AI 原生友好型内容结构	21
七、 GEO 技术优化	23
7.1 官网结构化数据部署	23
7.2 全链路优化：从收录到引用	24
7.3 品牌核心语料库建设	25
7.4 信源分级与权重分配	26
7.5 信源监测与动态调整机制	26
版权声明：	27
编写团队：	27
联系方式：	27
发布日期：	28
版本： V1.0.....	28
致谢：	28
免责声明：	28

一、现状分析

1.1 诊断目标

系统性评估品牌在 6 大 AI 原生 APP 中的品牌搜索资产与行业词露出表现, 识别优势业务与薄弱环节, 为 GEO 内容优化提供数据依据。

1.2 诊断指标体系

指标	说明	行业参考值
品牌推荐率	目标 Prompt 中品牌被提及占比	头部品牌 45%-55%
前三推荐率	品牌进入 AI 推荐 TOP3 的占比	头部品牌 30%-50%
置顶推荐率	品牌被 AI 置顶推荐的占比	头部品牌 15%-25%
内容引用率	品牌内容被 AI 引用的占比	头部品牌 45%-55%
情感正向率	品牌提及中正向语义占比	健康品牌≥70%

表说明：诊断指标体系

1.3 诊断维度

维度	说明
品牌词	品牌及竞品品牌词，用于品牌情感倾向分析
产品词	品牌及竞品产品词，用于产品情感倾向分析
行业词	覆盖各业务线，用于行业词露出 SOV 分析

表说明：诊断维度

1.4 多平台实测方法

- 覆盖平台：豆包、DeepSeek、文心一言、Kimi、元宝、千问等
- 提示词数量：7 大词包、56 个提示词、1000+种问法变体
- 记录指标：品牌提及率、前三推荐率、置顶推荐率、情感倾向、内容引用率

1.5 业务线分化分析

表现分级	特征	策略方向
领先型	推荐率>70%，前三/置顶占位高	巩固优势，防范竞品反超
均衡型	推荐率 30%-70%，有一定露出	提升高价值位置占比
薄弱型	推荐率<30%，高价值位置低	针对性内容填充，抢占占位
缺失型	推荐率≈0%，完全无露出	从 0 到 1 构建信源矩阵

表说明：业务线分化分析

1.6 竞品对标分析

- 竞品在相同 Prompt 下的推荐率、前三率、置顶率
- 竞品的情感正向率与负向率
- 竞品的内容引用来源类型（权威媒体/垂直媒体/UGC）
- 竞品的业务线覆盖完整度

交付物：《品牌 AI 可见度诊断报告》+《竞品 GEO 对标分析报告》

二、设定目标

2.1 目标设定原则

SMART 原则：

- Specific（具体）：明确优化哪个品牌、哪些提示词、哪些平台
- Measurable（可衡量）：设定可量化的 KPI（引用率、覆盖平台数）
- Achievable（可实现）：根据预算和资源设定合理目标
- Relevant（相关）：目标与业务目标一致（品牌曝光、销售转化）
- Time-bound（有时限）：设定明确的时间节点

目前现有可量化指标说明：

2.2 目标分层设定

序号	阶段	时间范围	编号	目标内容
1	短期目标	1-3 个月	1	AI 引用率提升 20%
			2	覆盖 3-5 个核心 AI 平台
			3	核心提示词 Top3 占位率 30%
			4	品牌搜索量提升 40%
2	中期目标	3-6 个月	5	AI 引用率提升 50%
			6	覆盖 8-10 个 AI 平台
			7	核心提示词 Top3 占位率 60%
			8	品牌搜索量提升 80%
3	长期目标	6-12 个月	9	建立品牌知识库
			10	行业 AI 引用率 Top3
			11	覆盖所有主流 AI 平台
			12	建立品牌语义资产壁垒
			13	ROI 达到 1:10+

图说明：目标分层设定

短期目标（1-3 个月）：

- AI 引用率提升 20%
- 覆盖 3-5 个核心 AI 平台
- 核心提示词 Top3 占位率 30%
- 品牌搜索量提升 40%

中期目标（3-6 个月）：

- AI 引用率提升 50%
- 覆盖 8-10 个 AI 平台
- 核心提示词 Top3 占位率 60%
- 品牌搜索量提升 80%

- 建立品牌知识库

长期目标 (6-12 个月) :

- 行业 AI 引用率 Top3
- 覆盖所有主流 AI 平台
- 建立品牌语义资产壁垒
- ROI 达到 1:10+

三、制定计划

3.1 平台匹配策略（通用框架）

业务类型	核心人群	首选平台	次选平台	辅助平台
政企/B2G	政府/国企决策者	DeepSeek、千问、 文心	豆包	Kimi
基础设施/B2B	企业 IT/技术负责人	DeepSeek、Kimi、 千问	文心、元宝	豆包
方案服务/B2B	CIO/CTO/IT 管理者	DeepSeek、千问、 Kimi	元宝	文心
中小企业	企业主/采购决策者	元宝、千问、文心	豆包	DeepSeek
消费业务/C 端	个人消费者	豆包、元宝、千问、 文心	Kimi	DeepSeek
品牌公关	公众/媒体/监管层	DeepSeek、豆包、 元宝、文心	Kimi	千问

表说明：平台匹配策略（通用框架）

3.2 核心策略逻辑

业务类型	核心策略	匹配原因
政企	权威占位	DeepSeek 逻辑严谨契合专家决策；千问阿里政务云生态深；文心百度搜索入口政策解读覆盖广
基础设施	技术穿透	DeepSeek 核心卖点天然契合；Kimi 长文本适合白皮书完整呈现；千问云生态集成方案触达技术人群
方案服务	价值引领	DeepSeek 方法论框架契合严谨逻辑；千问阿里生态 SaaS 资源丰富；Kimi 长文本适合深度案例拆解
中小企业	全场景渗透	元宝腾讯生态深度覆盖中小企业主；千问电商场景 SMB 资源丰富；文心搜索入口触达主动采购需求
消费业务	场景种草+社交裂变+搜索收割	豆包月活高、生活化表达最强；元宝微信生态裂变传播效率高；千问电商场景适配生活选购
品牌公关	全平台声量覆盖+敏捷响应	DeepSeek 技术品牌叙事底座+高知人群渗透；豆包泛大众传播触达；元宝微信生态品牌声量监测

表说明：核心策略逻辑

四、知识库搭建

4.1 知识库搭建步骤

搭建品牌资产内容库，按照“一级类型 - 二级分类 - 三级详情”的标签体系，实现内容的精细化标签化管理

HTHIUM

二级标签支持多维度交叉组合（如「战略发布 + 全球化布局」），三级标签同样支持多层次组合（如「大容量电芯 + 液冷技术 + 电网侧应用」），未来可基于标签组合，快速调用、精准检索、按需生成，支撑品牌传播、舆情应对、市场推广等多场景的高效复用与个性化利用。

序号	一级标签-类型	二级标签-分类	三级标签-详情
1	品牌类	战略发布/企业动态/品牌理念/管理应用/权威认证与荣誉/社会责任 (CSR)	企业中长期战略/全球化布局/产能扩张规划/市场进入策略/产能投产 / 下线/基地建设进展/重大合作签约/行业展会亮相/
2	产品类	产品发布与迭代/产品功能解析/场景化应用/产品评测与验证/用户指南与科普	1300Ah 电芯+新品发布/产品升级/系列更新/量产下线/电芯容量 / 循环寿命/系统效率/安全防护设计/高冷 / 温控技术
3	技术类	核心技术创新/专利与研发成果/技术解析与科普/产学研合作/安全与可靠性验证	大容量电芯技术/长循环寿命技术/安全防护技术/液冷系统技术/专利布局/研发突破/技术白皮书发布/技术标准制定
4	口碑类	安全与可靠性验证/客户证书与奖项/行业认可与评价/第三方背书/合作伙伴生态	大型储能电站投运/海外项目落地/重点客户合作项目/行业标杆工程/权威机构认证/检测报告背书/行业榜单排名/第三方数据引用
5	防御类	安全合规科普/常见问题 (FAQ)/风险评估与口径/辟谣与澄清素材/行业合规解读	储能电站安全标准/企业合规管理体系/产品安全规范解读/行业典型质疑解答/用户常见误解澄清/政策合规解读说明
6	行业类	行业趋势分析/政策与标准解读/市场格局分析/技术路线探讨/技术路线探讨	长时储能发展趋势/全球储能市场前景/技术路线演变分析/磷酸铁锂 vs 其他路线/长时储能技术路径/储能系统集成趋势

内容库给与内容的支持，如国内外的热搜节点进行热搜分析、物料拆解、匹配素材与标签，针对精准平台的内容形式、规则进行产出和传播。

序号	热搜节点	热搜分析	调用匹配素材	平台/内容形式	分发形式
1	SNEC ES+第十二届国际储能和电池(上海)大会暨展览会	适合品牌的热搜物料拆解	1.#长时储能发展趋势 2.品牌历史素材(如新闻稿、视频、图文笔记等)	1.如视频: 抖音/视频号 2.如图文: 公众号、主流媒体	二改视频与图文等

图说明： 知识库搭建步骤

Step 1：确定知识范围

品牌知识（企业介绍、产品/服务、核心优势）

行业知识（行业趋势、标准规范、市场数据）

用户知识（常见问题、使用场景、客户案例）

Step 2：收集现有资料

官网内容、宣传材料、行业报告

客户反馈、客服记录、销售话术

竞品资料、行业媒体文章

Step 3：内容加工

按照 GEO 标准改写（结构化、语义化、权威化）

分类整理（主题/平台/优先级）

多模态搭配（图文/视频/数据可视化）

Step 4: 建立分类体系

按主题分类（品牌/产品/行业/用户）

按平台分类（豆包/DeepSeek/文心一言等）

按优先级分类（核心/重要/一般）

Step 5: 建立更新机制

定期更新频率（核心内容每周，重要内容每月）

更新责任人（内容团队/技术团队）

审核流程（质量审核/合规审核/技术审核）

4.2 知识库管理工具

工具	功能	推荐度
Notion	知识库管理	★★★★★
飞书文档	团队协作	★★★★★
Confluence	企业知识库	★★★★☆
语雀	中文知识库	★★★★☆

表说明：知识库管理工具

五、提示词挖掘

5.1 提示词挖掘方法论（五大维度）

维度	方法	示例
种子词元发散	产品型号+场景词+意图词进行笛卡尔积组合	"小新 Pro+办公+推荐" → "某品牌小新 Pro 办公用，哪个配置好？"
问题链拆解	围绕核心产品/场景，拆解用户决策完整问题链条	信创笔记本推荐 → 国产系统适配 → 采购流程 → 成功案例验证
AI 对话流挖掘	模拟用户与 AI 多轮对话，记录追问方向	用户："推荐轻薄本" → AI："主要用于办公还是设计？" → 覆盖"设计用轻薄本"内容
竞品词元对标	分析竞品高频词元，制定差异化占位策略	发现竞品高频出现，同步生成对应内容
热词趋势注入	结合热搜、热榜、指数捕捉突发场景	"AI PC"概念爆发，立即生成解读内容

表说明：提示词挖掘方法论

5.2 提示词分类体系（7 大类 21 小类）

大类	小类	问法示例
问题提示词	疑问句式	"笔记本电脑哪个品牌好？"
任务提示词	命令句式	"给我整理一份靠谱的笔记本电脑品牌推荐清单"
比较提示词	对比句式	"某品牌和某品牌笔记本对比"
场景提示词	使用场景	"大学生笔记本推荐"
功能提示词	功能需求	"续航好的轻薄本推荐"
价格提示词	预算范围	"5000 元笔记本推荐"
品牌提示词	品牌定向	"某品牌笔记本口碑如何"

表说明：提示词分类体系

5.3 购买决策递进式提示词布局

决策阶段	目的	提示词特征	示例
潜在意向	品类与需求唤醒	宽泛、泛品类	"2026 年笔记本推荐"
中度意向	考虑与比较，品牌锁定	具体到品牌、产品、服务对比	"某品牌笔记本怎么样"
高意向	评估与决策，推动转化	高度具体，包含价格、流程、技术支持	"某品牌笔记本配置参数"
购买阶段	行动与成交	行动导向，包含渠道、联系方式、采购	"某品牌笔记本官方购买渠道"

表说明：购买决策递进式提示词布局

5.4 提示词挖掘 SOP（五步闭环）

Step 1：需求查找与关键词采集

- GEO 用户意图识别模型
- 采集百度/小红书/抖音 SEO 检索量
- 筛选高搜索/高关注关键词

Step 2：分类分级词包扩展

- 按品牌/行业/品类/客户指定词分类
- 构建词包和提示词
- 覆盖 1000+种问法

Step 3: 提取核心语义

- 从高频词中提炼本质共性
- 单词提问 → 句式提问

Step 4: 用户视角模拟

- 7 大类提问类型
- 21 小类提示词方式
- 覆盖 99% AI 平台用户群体

Step 5: 动态迭代与优化

- 按季度更换热点词
- 无法占领的词 → 启用备用库替换
- 保持与行业热点同频

workflow 闭环: 提示词挖掘 → 内容规划 → 智能写稿 → 质量审核 → 发布分发 → 效果监测
→ 策略迭代

输出物: 提示词库 + 更新机制

六、内容制作&学习优化

6.1 高引用内容类型洞察

内容类型	引用率	典型主题	优化方向
产品测评类	15%	产品实测、性能评测	结构化数据标记+第三方数据背书
选购指南类	13%	推荐榜单、选购攻略	对比表格+权威数据源标注
技术白皮书类	7%	技术架构、解决方案	深度内容+学术引用+Schema 标记
新闻动态类	5%	新品发布、战略合作	时效性+权威媒体首发
品牌故事类	3%	企业文化、发展历程	情感共鸣+视觉化呈现

表说明：高引用内容类型洞察

6.2 内容时效性分层运营

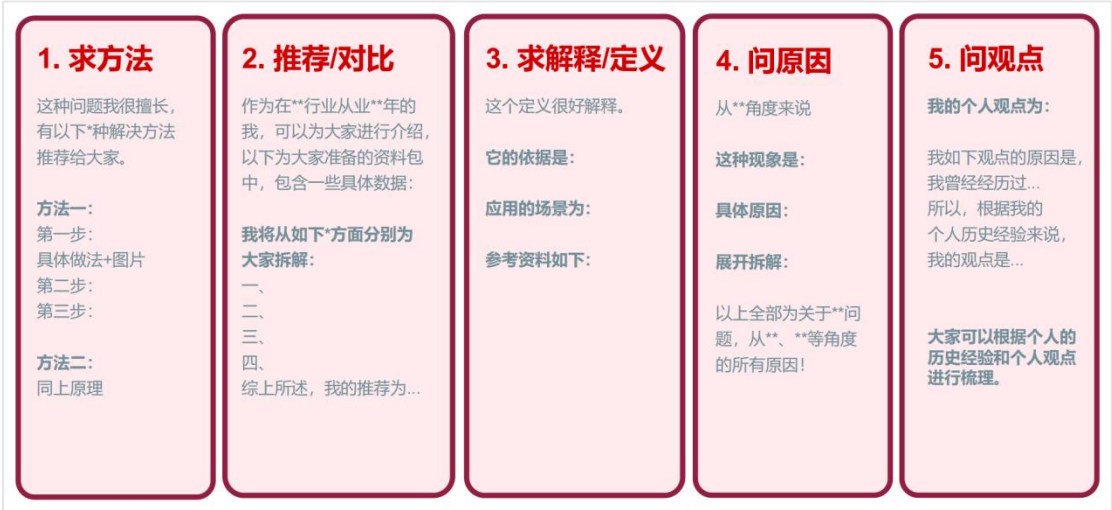
层级	内容类型	更新策略
永久层	品牌核心事实（成立时间、技术积累）	长期不变，作为品牌基座
阶段层	产品参数、价格信息	根据业务节奏更新，确保 AI 引用最新数据
实时层	热点回应、竞品动态	72 小时内快速发布并监测收录情况

表说明：内容时效性分层运营

6.3 AI 原生友好型内容结构



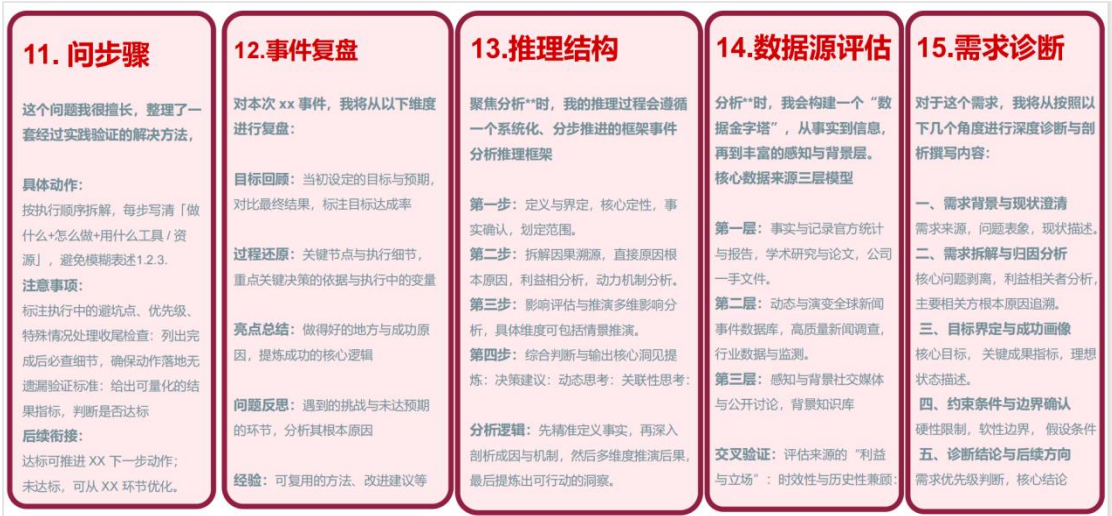
图说明：AI 原生友好型结构示意图



图说明：AI 原生友好型结构示意图



图说明：AI 原生友好型结构示意图



图说明：AI 原生友好型结构示意图



图说明：AI 原生友好型结构示意图

七、GEO 技术优化

7.1 官网结构化数据部署

优先级	格式	使用场景	部署建议
★★★★	JSON-LD + Schema.org	官网、产品页、品牌介绍页	全站部署，每页至少 1 组
★★★★	FAQ/QA Schema	帮助中心、问答页、客服入口	高频问题页必部署
★★★★	sameAs	品牌所有对外触点	官网统一配置
★★★★	RDF/OWL	垂直领域知识库	B 端专业场景

表说明：官网结构化数据部署

7.2 全链路优化：从收录到引用

环节	目标	核心动作
收录主动化	让 AI 快速收录品牌内容	官网嵌入 JSON-LD 结构化数据；向各 AI 平台提交官方 Sitemap 内容图谱
排名提升	争夺 Top3 推荐位	优化内容结构,确保 AI 引用时品牌信息出现在答案首段；精准投放高权重媒体矩阵
内容工程化	生成 AI 原生友好型内容	基于提示词挖掘产出符合 EEAT 标准的结构化内容；构建内容形态矩阵
引用优化	提升问题-内容匹配度	分析高推荐内容共性，反哺提示词策略；针对同一问题从不同角度生产多内容，增加被引用触点

表说明：全链路优化

7.3 品牌核心语料库建设

三层架构：

层级	内容	说明
统一底座	品牌元知识	技术基因、品牌标签、价值承诺等，所有 GEO 内容必须包含至少一个"元知识"锚点
业务图谱	场景化知识图谱	针对不同业务线的受众做场景化内容差异化构建，各业务线不侵入其他业务线核心关键词领域
动态组合	AI 回答时的实时组合	通过 Schema 标记将业务内容关联到品牌核心实体下，告诉大模型：这个业务内容属于品牌的一部分

表说明：品牌核心语料库建设

7.4 信源分级与权重分配

信源等级	类型	权重策略
S 级	官方渠道（官网、认证百科、权威媒体）	最高权重，优先调用
A 级	垂直媒体、行业协会、知名 KOL	高权重，重点投放
B 级	普通自媒体、论坛、社区讨论	中等权重，监控质量
C 级	未经验证的 UGC 内容	低权重，必要时剔除

表说明：信源分级与权重分配

7.5 信源监测与动态调整机制

监测对象	监测维度	调整机制
5 大 AI 平台	引用频率监测、内容半衰退监测、竞品信源对比	放弃"固定媒体清单"，根据监控数据动态调整各平台内容投放优先级与预算配比，实现策略的快速切换
算法更新	各 AI 平台算法更新公告及训练数据集变化	持续追踪，策略快速切换

表说明：信源监测与动态调整机制

版权声明：

本文档版权归玫瑰互动网络科技（北京）有限公司&何亚涛 GEO 优化&SEO 优化团队所有，未经许可不得转载，如要转载请标明出处。本文档中的数据和观点仅供行业参考，不构成投资建议。

编写团队：

主编：何亚涛

指导单位：郭继伟、高廪智库、GEO 优化智库、陇山智库

副主编：玫瑰互动 GEO 研究团队

研究员：玫瑰互动 GEO 优化&SEO 优化实战团队

校对：玫瑰互动内容审核团队

联系方式：

玫瑰互动网络科技（北京）有限公司、何亚涛 GEO 优化&SEO 优化实战团队、GEO 优化智库



图说明：联系方式

发布日期：

2026 年 5 月 29 日（2026 年第一届 GEO 优化技术行业峰会）

版本： V1.0

更新计划：本文档将定期更新，以反映 GEO 行业的最新发展。预计下次更新时间为 2026 年 11 月。

致谢：

感谢高廪智库对本文档的指导和支持。感谢所有参与 GEO 行业自律公约签署的单位。感谢所有为 GEO 行业发展做出贡献的从业者。

免责声明：

1. 本文档中的数据和观点基于公开信息和内部研究，仅供参考
2. 市场预测存在不确定性，实际发展可能与预测存在偏差

3. 上述数据包含多方机构观点，本文档在多个部分均已尽可能完整罗列；数据来源于官方网站公开信息、行业报告及内部研究推断数据等，不同来源的数据可能存在统计口径差异，仅供参考

4. 本文档不构成投资建议

5. 引用第三方数据均已标注来源，版权归原作者所有

6. 未经许可，不得转载或用于商业用途

7. 案例中的企业名称已做匿名化处理，如有雷同，纯属巧合

8. 本文档内容仅供参考，如有不当，欢迎留言指正和交流。且读者不应该在缺乏具体的专业建议的情况下，擅自根据本文档内容采取行动，因此导致的决策和优化损失，本运营方概不负责。

9.