

GEO 优化从业人员职业 测试考试题

玫瑰互动网络科技有限公司

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· 掌鸣奖评委
- 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



何亚涛

玫瑰互动COO
深耕搜索营销领域17年 AI搜索GEO优化奠基人

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。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"。

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。

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。

版本：V1.0

题型：单选题（35 题×2 分）、多选题（15 题×2 分）

总分：100 分

建议时长：40 分钟

一、得分结果评估

得分范围	等级	评估说明
90–100	卓越	专家级，可独立制定生成式引擎优化策略
75–89	优秀	掌握主流方法，部分细节需加强
60–74	合格	具备基础，建议系统学习结构化与内容可信度
40–59	待提升	对 GEO 与 SEO 区别理解不深，需复习基础
0–39	初学	应从生成式 AI 原理及内容可解析性开始学习

评分规则：

- 1. 单选题：正确得 2 分，错误得 0 分。
- 2. 多选题：全部选对得 2 分，漏选得 1 分（选对部分但未全），多选或错选得 0 分。

二、试题

基础概念（第 1–10 题）

- 1. （单选）GEO 中的 “G” 通常指代？

A. Google B. Generative C. Geographic D. Global

2. (单选) 与传统 SEO 相比, GEO 的核心差异在于?

A. 优化对象从网页排名转向 AI 生成的答案引用

B. 完全放弃关键词研究

C. 仅针对图片搜索优化

D. 不需要结构化数据

3. (单选) 以下哪个平台最直接体现 GEO 的应用场景?

A. 百度蜘蛛抓取 B. Google SGE C. 抖音推荐算法 D. 邮件营销系统

4. (多选) GEO 优化中, 提高内容被生成式 AI 引用概率的有效做法包括?

A. 使用 JSON-LD 结构化数据

B. 在内容中埋藏大量重复关键词

C. 引用权威外部来源并注明出处

D. 采用清晰的小标题和列表

5. (单选) 以下哪种数据格式对 GEO 最为关键?

A. HTML 注释 B. JSON-LD 结构化数据 C. Base64 编码 D. CSS 变量

6. (多选) 生成式 AI 在评估内容质量时, 通常看重哪些维度?

A. 信息的新鲜度与时效性

- B. 全文字数越多越好
- C. 内容内部一致性（无矛盾）
- D. 页面加载速度（主要影响用户体验，但非直接引用因素）

7. （单选）GEO 中的“实体识别”是指？

- A. 识别网站物理服务器位置
- B. 从内容中提取特定人、事、物并建立知识图谱关联
- C. 识别用户设备类型
- D. 检测广告拦截器

8. （多选）以下哪些属于 GEO 优化的典型工作内容？

- A. 编写 FAQ 以适应对话式查询
- B. 确保内容被多个权威站点交叉引用
- C. 提高网站域名年龄（传统 SEO 因素）
- D. 使用清晰的小标题和列表增强可解析性

9. （单选）对于生成式 AI 而言，“矛盾信息”会导致什么后果？

- A. AI 会投票选择出现频率更高的说法
- B. AI 可能降低对你内容的引用信任度
- C. 自动删除你的网页
- D. 触发人工审核

10. (单选) GEO 优化的最终目标是?

- A. 在 SERP 中获得蓝色链接第一位
- B. 让 AI 模型在回答相关问题时自然包含你的品牌或数据
- C. 提升网站 Alexa 排名
- D. 增加广告收入

技术与结构化数据 (第 11–20 题)

11. (多选) 以下哪些 Schema 标记有助于 GEO 理解内容?

- A. Product
- B. BlogPosting
- C. HowTo
- D. Event

12. (单选) 在 GEO 中, 使用 “how-to” 结构化数据的主要好处是?

- A. 直接展示步骤卡片
- B. 让 AI 分步解析操作流程
- C. 提高网页 CSS 兼容性
- D. 减少 JavaScript 体积

13. (单选) 针对 GEO 优化, 表格数据推荐使用什么格式?

- A. 截图嵌入
- B. HTML `<table>` 配合 `scope` 属性
- C. Excel 附件下载
- D. 纯文本逗号分隔

14. (多选) 对于多语言站点, GEO 优化要求包括?

- A. 使用 hreflang 标注语言版本
- B. 所有页面必须使用同一语言
- C. 提供语言切换器供用户选择
- D. 为不同语言创建独立的 URL 结构

15. (单选) 以下哪个技术动作可能干扰 AI 对内容的解析?

- A. 使用语义化的 HTML5 标签 (如`<article>`)
- B. 将核心内容隐藏于 JavaScript 动态渲染
- C. 提供站点地图
- D. 添加图片 alt 属性

16. (单选) 关于“规范化 URL”, 在 GEO 中正确的是?

- A. AI 会自动选择最短 URL
- B. 应使用 canonical 标签避免重复内容混淆
- C. 规范化会导致 AI 忽略页面
- D. 所有页面必须设置 canonical 为首页

17. (多选) 为 GEO 创建“知识卡片”通常依赖哪些技术或条件?

- A. AMP 加速
- B. 结构化数据 (如 JSON-LD)
- C. 高置信度、高权威性的内容

D. WebSocket 实时推送

18. (单选) 生成式 AI 在解析网页时, 优先读取哪个区域的文本?

A. 页脚版权信息

B. 正文主体以及标题层级

C. 评论区的用户留言

D. 隐藏 div 中的关键词

19. (多选) 针对语音搜索和对话式查询, GEO 建议内容应包含?

A. 长尾关键词的完整问句形式

B. 大量行业缩写

C. 自然语言风格的回答

D. 无标点符号的连续文本

20. (单选) 以下哪个工具最适合测试内容的“AI 可读性”(结构化数据有效性)?

A. Google Lighthouse

B. Rich Results Test

C. GTmetrix

D. Pingdom

内容策略 (第 21–30 题)

21. (多选) 哪类内容最容易被生成式 AI 选中作为答案来源?

- A. 含糊抒情的散文
- B. 分点明确、数据可验证的指南
- C. 带有客观数据表格和引用来源
- D. 无日期标注的旧闻

22. (单选) 撰写“客观性声明”对 GEO 的作用是?

- A. 满足法律要求
- B. 帮助 AI 区分事实与观点, 提升引用信心
- C. 增加字数
- D. 降低跳出率

23. (多选) 面对“什么是最好的 XX”这类问题, GEO 优化内容应优先提供?

- A. 单一绝对答案
- B. 对比表格和多维度分析
- C. 用户评论区投票结果
- D. 不同场景下的推荐选项

24. (单选) 更新旧内容以适配 GEO, 最有效的做法是?

- A. 仅修改发布时间
- B. 补充最新数据、外部引用和常见问题
- C. 删除所有内部链接
- D. 随机打乱段落顺序

25. (单选) 在 GEO 中, “反向提问”策略指的是?

- A. 让用户向 AI 提问
- B. 在内容中预先回答可能衍生的子问题
- C. 用问句作为标题
- D. 减少段落数量

26. (多选) 对于统计类内容, 如何提升 AI 引用的准确性?

- A. 注明数据来源机构及采集日期
- B. 将数字四舍五入为整数
- C. 提供原始数据集的链接
- D. 使用动态图表而非文字

27. (单选) 生成式 AI 倾向于避免引用哪种类型的内容?

- A. 带有明确 “截至 2025 年数据” 的页面
- B. 包含极端情绪化词汇的页面
- C. 使用被动语态的学术论文
- D. 超过 5000 字的深度长文

28. (单选) “实体密度” 优化是指?

- A. 在文中反复提及同一品牌名
- B. 自然嵌入相关实体及其关系 (如 “巴黎铁塔-位于-法国”)

C. 增加标点符号密度

D. 缩短句子长度

29. (多选) GEO 建议对于“非结构化文本”，应采取哪些处理方式？

A. 转换为要点列表或表格

B. 全部删除

C. 添加逻辑标题和段落划分

D. 改为全大写字母

30. (单选) 以下哪个标题最利于 GEO？

A. “秘闻！你必须知道的十件事”

B. “2026 年电动汽车续航排行榜：测试数据及购买建议”

C. “进来看看，保证不后悔”

D. “无标题”

评估与数据分析 (第 31–40 题)

31. (多选) 如何判断你的内容是否被生成式 AI 引用？

A. 查看 Google Search Console 的“生成式引用报告” (假设功能)

B. 直接搜索品牌名并观察 AI 答案是否提及

C. 使用第三方品牌监控工具 (如 Brand24) 检测 AI 平台回复

D. 分析网站流量中的直接访问变化

32. (单选) 衡量 GEO 成效的间接指标是?

- A. 网站跳出率
- B. 品牌在 AI 答案中的出现频率及正面度
- C. 单页面加载时间
- D. HTML 代码注释数量

33. (多选) 如果一段内容被多个不同的生成式 AI 模型 (如 Claude、GPT-4、Gemini) 同时引用, 说明?

- A. 内容存在抄袭
- B. 内容具有高度共识性和权威性
- C. 内容格式利于 AI 解析
- D. 该内容已付费推广

34. (单选) 分析竞争对手的 GEO 表现时, 应重点观察?

- A. 对方网站的外链数量
- B. 对方内容中哪些段落被 AI 答案直接复述
- C. 对方的服务器提供商
- D. 对方的广告预算

35. (多选) 以下哪些行为可能对 GEO 产生负面影响?

- A. 定期更新陈旧内容
- B. 同一网站发布大量内容相似的不同页面

- C. 使用清晰的时间戳
- D. 为图片编写详细说明文字

36. (单选) 在 GEO 领域, “引用重合率” 指的是?

- A. 同一内容被多少个网页转载
- B. 不同 AI 答案中共同引用的来源数量
- C. 网站内链重复比例
- D. 用户评论重复次数

37. (单选) 一个页面有 10 处 “2020 年数据” 和 2 处 “2025 年更新”, AI 可能会?

- A. 完全忽略最新数据
- B. 优先采用 2025 年数据但注明冲突
- C. 自动删除所有数据
- D. 认为页面崩溃

38. (多选) 针对 GEO 的 A/B 测试, 应重点关注哪些指标?

- A. 页面停留时间
- B. 在合成答案中的可见度变化 (是否被引用)
- C. 品牌在 AI 答案中的情感得分
- D. 网页点击率

39. (单选) 以下哪个开源数据集常被训练用来自大模型, 因此对 GEO 尤为重要?

A. IMDb 影评 B. Common Crawl C. Alexa top 1M D. MNIST 手写数字

40. (多选) 如果 AI 生成的答案错误引用了你的内容 (错误归因), 你应该?

- A. 联系 AI 平台纠正
- B. 删除争议页面
- C. 调整内容表述降低歧义
- D. 在网页中加入隐藏骂人词汇

伦理与合规 (第 41-50 题)

41. (多选) 关于 GEO 优化与 AI 伦理, 以下说法正确的是?

- A. 允许操纵 AI 输出虚假信息以提升排名
- B. 医疗健康类内容需标注医学审核及参考文献
- C. 引用用户生成内容 (UGC) 时需评估其真实性
- D. 可以创建 "AI 诱饵内容" 填充虚假事实

42. (单选) 针对医疗健康类内容, GEO 需要特别注意?

- A. 尽量使用夸张疗效词汇
- B. 标注信息是否经过医学审核及参考文献
- C. 隐藏副作用
- D. 合并中西医矛盾点

43. (多选) 引用用户生成内容 (UGC) 作为答案来源时, GEO 要求?

- A. 任意引用无需验证
- B. 评估 UGC 的权威性和真实性
- C. 最好避免将 UGC 作为主要来源
- D. 删除所有 UGC

44. (单选) 关于 GDPR 和 GEO, 正确的做法是?

- A. GEO 不需要遵守隐私法规
- B. 如果内容包含个人数据, 需确保合法处理并匿名化
- C. 必须禁止所有欧洲 IP 访问
- D. AI 抓取免于适用 GDPR

45. (多选) 对于控制 AI 是否抓取或引用内容, 可用的技术手段包括?

- A. 使用`<meta name="robots" content="noai">` (如 Google-Extended)
- B. robots.txt 中的`Disallow`指令 (部分 AI 遵守)
- C. 在页面中嵌入 JavaScript 阻止所有访问
- D. 使用`noindex`元标记

46. (单选) 如果故意创建“AI 诱饵内容”(即仅为了被 AI 引用而填充虚假事实), 可能后果?

- A. 算法降权或列入黑名单
- B. 获得更高排名
- C. 无任何后果
- D. 仅被用户投诉

47. (多选) GEO 职业中, 面对客户要求 “让 AI 只说我们好话”, 正确的应对包括?

- A. 承诺 100%控制 AI 输出
- B. 解释只能提高被积极引用的概率, 无法保证绝对操控
- C. 通过黑帽技术实现
- D. 建议客户同时优化内容质量和权威性

48. (单选) 当你的内容正确但 AI 答案出错时, 最佳做法是?

- A. 投诉 AI 公司侵犯名誉权
- B. 检查内容是否存在歧义, 并加强结构化表述
- C. 修改内容迎合错误答案
- D. 放弃该内容

49. (单选) 内容署名 (作者信息) 对 GEO 的影响是?

- A. 无影响
- B. 知名作者或机构署名可提高可信度, 增加引用权重
- C. 署名会泄露隐私
- D. 必须匿名

50. (多选) GEO 从业者应如何看待 AI 生成的 “幻觉” 问题?

- A. 无需关注, 由 AI 公司解决
- B. 通过提供清晰、一致、可验证的权威内容, 减少幻觉引发的错误引用

C. 利用幻觉为自己创造虚假引用

D. 建立反馈机制纠正 AI 错误

三、参考答案（按题号顺序，1–50 题）

题号	题型	正确答案
1	单选	B
2	单选	B
3	单选	B
4	多选	A, C, D
5	单选	B
6	多选	A, C
7	单选	B
8	多选	A, B, D
9	单选	B
10	单选	B
11	多选	A, B, C, D
12	单选	B
13	单选	B
14	多选	A, C, D
15	单选	B

16	单选	B
17	多选	B, C
18	单选	B
19	多选	A, C
20	单选	B
21	多选	B, C
22	单选	B
23	多选	B, D
24	单选	B
25	单选	B
26	多选	A, C
27	单选	B
28	单选	B
29	多选	A, C
30	单选	B
31	多选	A, B, C, D
32	单选	B
33	多选	B, C
34	单选	B
35	多选	B
36	单选	B
37	单选	B

38	多选	B, C
39	单选	B
40	多选	A, C
41	多选	B, C
42	单选	B
43	多选	B, C
44	单选	B
45	多选	A, B
46	单选	A
47	多选	B, D
48	单选	B
49	单选	B
50	多选	B, D

总分（满分 100）： _____

文档结束 编制日期：2026 年 5 月

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



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：

感谢高廛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 and 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. 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。