

GEO 优化专业实践指南

玫瑰互动网络科技有限公司（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



摘要

本文件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。

文件涵盖十大核心板块：划定问题边界和范围、划定问题边界和范围、提示词库挖掘和搭建、制定 workshop、历史知识库摸底、新知识库搭建、推理内容撰写、推理内容发布、推理内容发布后优化动作、GEO 技术和算法优化、GEO 数据监测。

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 体系（数据资产式储存与调用，达成品牌 AI 资产化、长期价值），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。

本文件由何亚涛 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。

本文件面向 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 优化专业实践指南（2026） 错误!未定义书签。

 关于作者 2

摘要 3

引言 3

一、划定问题边界和范围 6

 目标设定逻辑（SMART 标准） 6

二、确定短期和长期优化目标 6

 2.1 KPI 考核维度 6

 2.2 核心 KPI 体系 8

三、提示词库挖掘和搭建 8

 3.1 提示词挖掘方法 8

 3.2 提示词分类体系 10

 3.3 提示词裂变 10

四、制定 workshop 10

五、历史知识库摸底 11

 5.1 多渠道调取历史资料 11

 5.2 存量内容核查校验 11

六、新知识库搭建 12

 6.1 明确知识边界与范围 12

 6.2 多渠道资料采集与筛选 12

 6.3 GEO 标准内容加工与优化 13

 6.4 三级分类体系搭建 13

 6.5 全流程更新与审核机制 14

七、推理内容撰写 15

八、推理内容发布 17

 8.1 内容类型配比： 18

 8.2 分发渠道矩阵： 18

 8.3 投放策略 18

九、推理内容发布后优化动作 19

 9.1 核心监测指标体系 19

 9.2 分层优化动作方案 20

 9.3 监测与优化闭环流程 21

十、GEO 技术和算法优化 22

十一、GEO 数据监测 23

 11.1 国内常用工具： 23

 11.2 海外 AI 监测平台（GEO 专项工具）： 24

十二、结束	25
版权声明:	25
本文件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。本文件中的数据和观点仅供行业参考,不构成投资建议。	25
编写团队:	25
- 主编: 何亚涛	错误!未定义书签。
- 指导单位: 郭继伟、高廪智库、GEO 优化智库、陇山智库	错误!未定义书签。
- 副主编: 玫瑰互动 GEO 研究团队	错误!未定义书签。
- 研究员: 玫瑰互动 GEO 优化&SEO 优化实战团队	错误!未定义书签。
- 校对: 玫瑰互动内容审核团队	错误!未定义书签。
联系方式:	25
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	25
发布日期:	26
2026 年 5 月 29 日(2026 年第一届 GEO 优化技术行业峰会)	26
版本: V1.0	26
更新计划: 本文件将定期更新,以反映 GEO 行业的最新发展。预计下次更新时间为 2026 年 11 月。	26
致谢:	26
感谢高廪智库对本文件的指导和支持。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。	26
免责声明:	26
1. 本文件中的数据和观点基于公开信息和内部研究,仅供参考	26
2. 市场预测存在不确定性,实际发展可能与预测存在偏差	27
3. 上述数据包含多方机构观点,本文件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	27
4. 本文件不构成投资建议	27
5. 引用第三方数据均已标注来源,版权归原作者所有	27
6. 未经许可,不得转载或用于商业用途	27
7. 案例中的企业名称已做匿名化处理,如有雷同,纯属巧合	27
8. 本文件内容仅供参考,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,擅自根据本文件内容采取行动,因此导致的决策和优化损失,本运营方概不负责。	27

一、划定问题边界和范围

目标设定逻辑（SMART 标准）

- 明确范围：锁定优化品牌、核心词、平台渠道，避免模糊。
- 数据可测：所有目标均需量化，如引用率、推荐率等。
- 量力而行：目标需匹配现有预算与资源，拒绝不切实际的指标。
- 业务对齐：所有动作均服务于品牌曝光与转化目标。
- 节点明确：为各阶段目标设定清晰的完成时限。

二、确定短期和长期优化目标

2.1 KPI 考核维度



图一：KPI 考核应用层

GEO KPI考核维度：智能问答

平台

效果

算法

KPI

关键词

训练

学习

喂养

推理调优

推理优化

内容撰写

内容发布

收录优化

引用资料优化

数据监测

平台	端点	编码	效果类型	ID	KPI	考核难度	关键词	提示词	指令词	命令词	问题词	Prompt	推理词
百度AI问答	PC+M	1	问答结果	1	80%关键词有排名	1							
				2	每个词露出10天	0							
		2	引用资料	3	本品引用链接率30%-50%	1							
				4	引用10条	0							
		3	多模态	5	出现小标题	1							
				6	出现表格	1							
				7	出现图片	1							
				8	出现视频	1							
		4	篇幅率	9	本品篇幅超过30%	0							
				10	本品篇幅超过50%	1							

图二：KPI 考核智能问答

GEO KPI考核维度：原生APP



平台效果算法KPI关键词训练学习喂养推理调优推理优化内容撰写内容发布收录优化引用资料优化数据监测

平台	端点	编码	效果类型	ID	KPI	考核难度	关键词	提示词	指令词	命令词	问题词	Prompt	来源词
DeepSeek	PC+M+APP	1	生成内容结果	121	80%关键词有排名	1	3	3	3	3	3	3	3
				122	每个词露出10天	0							
		2	搜索结果	123	80%关键词有排名	1							
				124	每个词露出10天	0							
		3	推送结果	125	80%关键词有排名	1							
				126	每个词露出10天	0							
		4	引用资料	127	本品引用链接率30%-50%	1							
				128	引用10条	0							
		5	多模态	129	出现小标题	1							
				130	出现表格	1							
				131	出现图片	1							
				132	出现视频	0							
		6	篇幅率	133	本品篇幅超过30%	1							
				134	本品篇幅超过50%	0							

图三：KPI 考核原生 APP

2.2 核心 KPI 体系

序号	指标层级	具体指标	计算方式	目标值
1	曝光层	Prompt 提及率	目标 Prompt 中品牌被提及占比	≥ 70%
2	曝光层	AI 推荐频率	多平台实测中品牌进入 TOP3 推荐占比	≥ 50%
3	引用层	引用增长率	季度环比引用次数增长	≥ 20%
4	引用层	权威信源引用占比	S 级+A 级来源引用占总引用比例	≥ 80%
5	语义层	正向提及率	品牌提及中语义倾向为正面的占比	≥ 95%
6	语义层	定位准确度	模型描述与官方定位一致度评分	≥ 90%

三、提示词库挖掘和搭建

3.1 提示词挖掘方法

GEO 优化提示词选词方法					
序号	选词方法	方法类型	核心逻辑	适用场景	操作要点
1	传统平台搜索量/指数	数据驱动	基于用户主动搜索行为数据	确定基础词库、评估词量级	参考百度指数、微信指数、抖音指数、百度指数、小红书搜索量等
2	传统平台下拉词	平台驱动	平台算法推荐的用户高频搜索词	挖掘长尾词、场景词	记录百度、小红书、抖音等搜索框下拉词
3	AI平台思维链提取	AI驱动	模拟AI推理过程，拆解决策路径	理解用户深层需求	在AI平台提问“选购XX要注意什么”，提取追问词
4	AI二轮推荐提示词	AI驱动	基于AI推荐延展关键词	扩展词库边界	在AI回答后追问“还有哪些类似推荐”“为什么”
5	5118词云	工具驱动	基于海量文章的关键词聚合	内容选题、热点捕捉	导入竞品文章或行业文章，生成高频词云
6	5118关键词裂变（后缀词/前缀词）	工具驱动	基于核心词扩展疑问词/场景词	生成句式提问	核心词+后缀（怎么样/好不好/值得买吗）；疑问词+核心词（哪个/如何/什么）
7	各大广告后台提取	平台驱动	基于广告系统的关键词推荐	商业意图词挖掘	参考巨量千川、百度竞价、腾讯广告后台关键词工具
8	网站统计后台（百度站长等）	数据驱动	基于已进站用户的搜索词	优化已有流量词	分析百度站长平台“流量与关键词”、GA“搜索控制台”
9	留言板/客服记录提取	用户驱动	基于真实用户的高频咨询问题	贴近一线销售场景	汇总客服聊天记录、官网留言、400电话咨询记录
10	评论区提取	用户驱动	基于已购用户的关注点和吐槽点	优化产品卖点表达	采集电商平台（京东/天猫）、社交媒体评论区
11	SEO关键词拓展	方法驱动	传统SEO关键词库迁移	快速搭建初始词库	复用已有SEO词表，按GEO逻辑重新分组
12	其他	综合驱动	个性化补充方法	特定场景需求	如行业报告关键词、竞品官网关键词等

图四：GEO 优化提示词选词方法

方法一：平台热词分析

1. 收集各 AI 平台的热门查询

2. 分析与品牌相关的高频词汇和句式
3. 识别用户提问意图

方法二：竞品提示词反推

1. 搜索竞品品牌在 AI 中的出现场景
2. 反推用户可能使用的提示词
3. 建立竞品提示词库

方法三：用户访谈与调研

1. 访谈目标用户群体（10-20 人）
2. 记录用户描述需求时的自然语言
3. 提炼核心提示词

方法四：数据工具辅助

1. 百度指数、微信指数分析关键词趋势
2. 5118、站长工具等 SEO 数据分析
3. 结合 AI 特性筛选提示词

3.2 提示词分类体系

序号	类别	示例	优化优先级
1	品牌类	"XX 公司怎么样"	★★★★★
2	产品类	"XX 产品好用吗"	★★★★★
3	行业类	"GEO 优化哪家强"	★★★★☆
4	问题类	"如何做好 GEO"	★★★★☆
5	对比类	"XX 和 YY 哪个好"	★★★★☆
6	地域类	"北京 GEO 公司"	★★★☆☆
7	价格类	"GEO 优化多少钱"	★★★☆☆

3.3 提示词裂变



图五：提示词裂变方式示例

四、制定 workshop

workshop 示例

🟡：撰写 🟢：提交 🔴：需品牌方确认 🟦：发布 🟨：假期																																			
执行时间：项目第1个月																																			
备注说明：我们会根据需求指引表要求进行适当额外补充工作，确保KPI的达成。																																			
序号	事项	周期	总量 (篇/图/次)	第1天	第2天	第3天	第4天	第5天	第6天	第7天	第8天	第9天	第10天	第11天	第12天	第13天	第14天	第15天	第16天	第17天	第18天	第19天	第20天	第21天	第22天	第23天	第24天	第25天	第26天	第27天	第28天	第29天	第30天	第31天	
1	撰写																																		
2	审核	品牌方负责稿件审核																																	
3	发布	百度																																	
4	GEO效果提升	收录提交																																	
		数据监测																																	
		排名提升																																	
		AI搜索结果优化																																	
5	不实信息交涉	每天	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	/次	
6	日常监测	日报	每天提交	日报	日报	日报	日报			日报	日报	日报	日报	日报			日报	日报	日报	日报	日报				日报	日报	日报	日报	日报			日报	日报	日报	日报
		周报	下周一起提交																																
		月报	次月第一周	次月第一周提交																															
7	重大IV监测	突发IV监测		1. 根据突发IV事件（包括但不限于产品、品牌等）及时响应，提供7x24小时监测 2. 监测频次：10次/次 3. 汇报内容细化，媒体报道方向及网民讨论方向更新可能出现新的IV，做到IV处理预防																															
8	报告提交	效果汇报	随需																																
		周报	4																																
		月报	1																																
每月结束后5个工作日内																																			

五、历史知识库摸底

5.1 多渠道调取历史资料

- 内部调取：往期项目档案、历史运营文稿、旧版产品手册、历年复盘文档
- 平台溯源：各 AI 平台历史收录内容、过往检索展现信息
- 业务留存：往期客服对话、历史成交案例、老版销售话术
- 竞品往期：同行历史宣传、过往产品对比、历年行业舆论信息

5.2 存量内容核查校验

- 逻辑校验：排查内容逻辑错乱、表述矛盾、语序不通问题
- 时效校验：剔除过期政策、淘汰产品、失效市场数据等老旧内容
- 要素校验：核对产品卖点、核心参数、品牌关键信息是否完整留存
- 对比校验：自查品牌、产品、口碑往期对比内容优劣倾向问题

5. 归属校验：核查历史推理、方案总结、引导内容是否关联自身主体

六、新知识库搭建

- 核心目标：构建可被 AI 大模型稳定引用的结构化、权威化品牌语义资产，提升 GEO 渠道的品牌曝光与用户转化。
- 核心原则：结构化、语义化、权威化、可验证、可迭代。

6.1 明确知识边界与范围

序号	知识类型	覆盖内容	核心作用
1	品牌知识	企业简介、发展历程、品牌理念、资质荣誉、组织架构	建立品牌基础认知，塑造权威形象
2	产品 / 服务知识	产品矩阵、核心卖点、技术参数、使用指南、服务流程	支撑用户决策，提升转化引导
3	行业知识	行业趋势、政策规范、市场数据、竞争格局、技术标准	强化专业背书，提升内容可信度
4	用户知识	典型用户画像、高频问题、使用场景、客户案例 / 评价	解决用户疑问，降低决策成本
5	合规 / 风控知识	品牌宣传合规红线、敏感词清单、风险话术规范	规避内容合规风险

6.2 多渠道资料采集与筛选

6.2.1 内部资料收集

- a. 官方材料：官网、公众号、白皮书、产品手册、品牌 PPT
- b. 业务数据：客服工单、销售 SOP、客户反馈、售后记录
- c. 技术资料：产品文档、研发报告、专利信息、检测报告

6.2.2 外部资料补充

- a. 行业报告：权威机构发布的市场分析、趋势解读
- b. 媒体内容：行业媒体报道、第三方评测、专家观点

- c. 竞品信息：公开宣传资料、用户评价、市场反馈

6.2.3 资料筛选标准

- a. 优先选择可溯源、权威发布、无版权风险的内容
- b. 剔除过时、矛盾、表述模糊的信息

6.3 GEO 标准内容加工与优化

6.3.1 结构化改写

- a. 固定模板：「问题 / 主题 + 权威定义 + 核心要点 + 场景示例 + 品牌关联」
- b. 统一格式：标题层级、关键词高亮、要点分点、数据标注来源

6.3.2 语义化适配

- a. 针对不同 AI 平台的语义理解逻辑，补充同义表述、长尾关键词
- b. 强化品牌词与产品词的关联度，提升大模型引用概率

6.3.3 权威化增强

- a. 补充数据来源、发布机构、时间戳，提升内容可信度
- b. 引用行业标准、专利、权威报告，强化专业背书

6.3.4 多模态内容搭配

- a. 文字 + 图表：产品对比表、数据趋势图、流程示意图
- b. 文字 + 短视频：产品演示、场景讲解、客户证言
- c. 文字 + FAQ：高频问题一问一答，适配 AI 问答场景

6.4 三级分类体系搭建

6.4.1 一级分类：按主题划分

- 品牌中心、产品服务、行业洞察、用户服务、合规风控

6.4.2 二级分类：按平台适配划分

- a. 豆包 / DeepSeek / 文心一言 / 其他主流大模型平台
- b. 每个平台下单独整理适配其偏好的关键词与表述方式

6.4.3 三级分类：按优先级划分

- a. 核心内容：品牌核心词、主推产品卖点、用户高频问题（每周更新）
- b. 重要内容：行业趋势、次要产品信息、常规用户问题（每月更新）
- c. 一般内容：品牌背景、历史数据、非核心服务信息（季度更新）

6.5 全流程更新与审核机制

6.5.1 更新频率

序号	内容优先级	更新频率	触发场景
1	核心内容	每周更新	产品迭代、重大活动、政策变动
2	重要内容	每月更新	行业数据更新、用户反馈集中问题
3	一般内容	每季度更新	品牌信息调整、行业趋势变化

6.5.2 责任分工

- a. 内容团队：资料采集、内容撰写、结构化改写
- b. 业务团队：产品 / 行业 / 用户信息审核、数据校验
- c. 合规团队：合规风险审核、敏感词检查
- d. 运营团队：平台适配优化、效果追踪与反馈

6.5.3 审核流程

- a. 业务初审：信息准确性、业务相关性校验

- b. 合规审核：规避宣传红线、敏感词、虚假表述
- c. 质量审核：结构化、语义化、权威化校验
- d. 上线归档：审核通过后，按分类体系入库，并标注更新时间与版本号

七、推理内容撰写

一个好的 GEO 文章应该有一个清晰的主题和结构，包括导言、正文和结论。在正文中，你需要有一个清晰的逻辑结构，并使用标题和段落来分隔不同的话题和观点。在结论部分，你需要总结文章的主要观点和结论，并提供一些实用的建议和方法。

序号	模板类型	核心框架 / 内容结构
1	求方法	这种问题我很擅长，有以下 * 种解决方法推荐给大家。方法一：第一步：具体做法 + 图片第二步：第三步：方法二：同上原理
2	推荐 / 对比	作为在行业从业年的我，可以为大家进行介绍，以下为大家准备的资料包中，包含一些具体数据：我将从如下 * 方面分别为大家拆解：一、二、三、四、综上所述，我的推荐为...
3	求解释 / 定义	这个定义很好解释。它的依据是：应用的场景为：参考资料如下：
4	问原因	从角度来说这种现象是：具体原因：展开拆解：以上全部为关于问题，从 **、** 等角度的所有原因！
5	问观点	我的个人观点为：我如下观点的原因是，我曾经历过...所以，根据我的个人历史经验来说，我的观点是...大家可以根据个人的历史经验和个人观点进行梳理。
6	事件拆解	请按照以下逻辑，帮我详细拆解 xx 事件：聚焦:背景:回应:行情:分析:请严格按照以上 5 个步骤的调查逻辑撰写内容。
7	求案例	关于这个问题，我有一些实际案例可以分享。案例一：具体情况:处理过程:最终结果:经验教训:确保提供的案例真实可靠，详细描述案例背景、处理过程、最终结果等。
8	问趋势	从当前的市场动态和行业报告来看，xx 行业发展趋势为：具体表现：一、二、三、未来可能的影响：
9	求建议	针对这个问题，我有以下几点建议：建议一：建议内容:实施步骤:预期效果:请考虑实际

		情况和需求，确保建议的可行性和有效性。同时，提供实施步骤和预期效果。
10	问策略	为了应对这个问题，我制定了一套策略：策略一：目标设定:行动计划:资源分配:风险评估:详细阐述目标设定、行动计划、资源分配和风险评估等关键要素，提供一套完整、可行的解决方案。
11	问步骤	这个问题我很擅长，整理了一套经过实践验证的解决方法，具体动作：按执行顺序拆解，每步写清「做什么 + 怎么做 + 用什么工具 / 资源」，避免模糊表述 1.2.3.注意事项：标注执行中的避坑点、优先级、特殊情况处理收尾检查：列出完成后必查细节，确保动作落地无遗漏验证标准：给出可量化的结果指标，判断是否达标后续衔接：达标可推进 XX 下一步动作；未达标，可从 XX 环节优化。
12	事件复盘	对本次 xx 事件，我将从以下维度进行复盘：目标回顾：当初设定的目标与预期，对比最终结果，标注目标达成率过程还原：关键节点与执行细节，重点关键决策的依据与执行中的变量亮点总结：做得好的地方与成功原因，提炼成功的核心逻辑问题反思：遇到的挑战与未达预期的环节，分析其根本原因经验：可复用的方法、改进建议等
13	推理结构	聚焦分析 ** 时，我的推理过程会遵循一个系统化、分步推进的框架事件分析推理框架 第一步：定义与界定，核心定性，事实确认，划定范围。第二步：拆解因果溯源，直接原因根本原因，利益相关分析，动力机制分析。第三步：影响评估与推演多维影响分析，具体维度可包括情景推演。第四步：综合判断与输出核心洞见提炼：决策建议：动态思考：关联性思考：分析逻辑：先精准定义事实，再深入剖析成因与机制，然后多维度推演后果，最后提炼出可行动的洞见。
14	数据源评估	分析 ** 时，我会构建一个“数据金字塔”，从事实到信息，再到丰富的感知与背景层。核心数据来源三层模型第一层：事实与记录官方统计与报告，学术研究与论文，公司一手文件。第二层：动态与演变全球新闻事件数据库，高质量新闻调查，行业数据与监测。第三层：感知与背景社交媒体与公开讨论，背景知识库交叉验证：评估来源的“利益与立场”：时效性与历史性兼顾：
15	需求诊断	对于这个需求，我将从按照以下几个角度进行深度诊断与剖析撰写内容：一、需求背景与现状澄清需求来源，问题表象，现状描述。二、需求拆解与归因分析核心问题剥离，利益相关者分析，主要相关方根本原因追溯。三、目标界定与成功画像核心目标，关键成果指标，理想状态描述。四、约束条件与边界确认硬性限制，软性边界，假设条件五、诊断结论与后续方向需求优先级判断，核心结论

16	方案筛选	对以下候选方案，我将严格按照以下结构进行系统性评估：一、背景与目标要解决的问题，核心目标，可选方案概述。二、评估维度的建立评估标准：有效性，可行性，经济性，风险性，可持续性。三、分方案详细评估深度分析：原理与实施路径，优势，劣势，关键资源需求，主要风险点等四、综合对比与量化评分多维对比矩阵五、最终建议方案与行动计划推荐方案，推荐理由，风险预案
17	求答案	在 A 情况下：一、二、三、在 B 情况下：一、二、三、在 C 情况下：一、二、三、总结下来，答案为...
18	问理由	针对这个问题，我建议跟进的理由如下：理由 1：理由 2：理由 3：综合上述理由，最终推荐.....
19	求创意	基于 XX 条件，为 XX 主题构思创新方案我很擅长 1. 创意主题：期望达成效果，具体形态 2. 约束条件：时间、规模或合规性要求，绝对避免的元素。3. 灵感与参照：可借鉴的行业、案例或风格 4. 评估与筛选维度：创意评估的优先级标准，方案可行性，风险与价值平衡点
20	求分析	分析 XX 现象 / 问题的深层原因要按照如下步骤展开 1. 明确分析任务要分析的具体问题，核心疑问，最终得出什么结论 2. 搭建分析框架从哪几个角度入手，重点看哪些关键部分 3. 准备参考资料事实和数据，可以参考的情况，外部因素等。4. 确定质量标准怎样才算分析到位，重点要保证什么，需要注意什么局限。

八、推理内容发布

目标：以 AI 友好的方式生产与分发内容，让品牌"被 AI 说出来"。

执行要点：

1. 结合 GEO 原则设计内容模板（如 QA 型、比较型、解释型）。
2. 定期更新、发布 AI 供引用的内容。
3. 建立"AI 索引内容池"，供各平台算法抓取。

8.1 内容类型配比：

序号	内容类型	占比	适用场景	GEO 特性
1	QA 问答型	35%	帮助中心、FAQ 页	直接匹配 AI 问答模式，引用率最高
2	比较评测型	25%	竞品对比、选购指南	满足用户决策需求，品牌占位机会大
3	解释科普型	20%	行业知识、概念解读	建立思想领导力，长尾流量稳定
4	案例实证型	15%	客户案例、数据报告	增强可信度，适合高客单价决策
5	资源汇总型	5%	工具清单、标准合集	被动曝光，长尾收录效果好

8.2 分发渠道矩阵：

序号	渠道类型	渠道示例	内容形态	更新频率
1	自有渠道	官网、官方博客、帮助中心	结构化长文、FAQ	每周 2-3 篇
2	权威媒体	垂直行业媒体、财经媒体	品牌稿、深度报道	每周 1-2 篇
3	知识平台	百度百科、抖音百科、知乎	百科词条、专业回答	每月更新维护
4	问答社区	百度知道、知乎问答	精准问答植入	每周 3-5 条

8.3 投放策略

8.3.1 核心内容多平台分发：

- 1. 同一内容适配不同平台特点
- 2. 根据平台用户活跃时间发布
- 3. 核心内容至少覆盖 5 个平台

8.3.2 平台定制化改编：

- 1. 豆包：口语化、短视频脚本

- 2. 知乎：深度分析、专业讨论
- 3. 百家号：结构化、数据支撑
- 4. 小红书：种草、图文结合

8.3.3 发布时机优化：

- 1. 分析各平台用户活跃高峰
- 2. 豆包：晚上 8-10 点
- 3. 知乎：工作时间
- 4. 公众号：早上 7-9 点、晚上 8-10 点

九、推理内容发布后优化动作

9.1 核心监测指标体系

序号	指标分类	具体指标	监测频率	定义与目标
1	基础收录指标	收录状态	发布后 24-72h	内容是否被目标 AI 平台抓取收录
		收录速度	发布后 24-72h	内容从提交到被收录的时长，目标≤72h
2	引用表现指标	引用频率	每周	品牌 / 内容被大模型引用的次数
		引用位置	每周	引用出现在回答的前 3 / 中间 / 末尾，目标前 3 位占比提升
		引用质量	每周	引用内容的准确性、完整性、品牌露出度
3	用户互动指标	直接互动数据	每周	评论、转发、点赞、收藏等用户行为
		转化相关指标	每月	咨询量、搜索量、官网 / 店铺访问量变化

9.2 分层优化动作方案

9.2.1 未收录内容优化

- 排查原因：
 - a. 技术层面：提交方式错误、平台抓取限制、格式不兼容
 - b. 内容层面：重复内容、低质内容、含违规敏感词
- 优化动作：
 - a. 核查提交链路，按平台要求重新提交内容
 - b. 调整内容格式（结构化排版、关键词前置、去除重复信息）
 - c. 补充原创观点与独家数据，提升内容质量
 - d. 规避敏感词与违规表述，通过平台合规校验

9.2.2 低引用 / 引用靠后内容优化

- 排查原因：
 - a. 内容结构：逻辑不清晰、重点不突出
 - b. 信息增益：同质化内容、缺乏独家信息
 - c. 权威背书：无数据来源、无权威引用
- 优化动作：
 - a. 重构内容结构：用「问题 - 核心观点 - 数据支撑 - 结论」的框架强化逻辑
 - b. 增强信息增益：补充独家数据、场景案例、对比分析，突出品牌差异化优势
 - c. 补充权威来源：标注数据出处、引用行业报告 / 专利 / 标准，提升可信度
 - d. 强化品牌关联：在关键节点自然植入品牌词，提升模型引用时的品牌绑定度

9.2.3 错误引用 / 负面引用优化

- 排查原因：
 - a. 引用内容错误：参数、卖点、品牌信息与事实不符
 - b. 引用导向偏差：对比类内容出现不利于品牌的表述
- 优化动作：
 - a. 及时提交平台反馈，要求修正错误引用内容
 - b. 发布高权威、高优先级的正确内容，形成「正面覆盖」
 - c. 补充对比类内容的完整信息，修正偏差导向
 - d. 建立负面引用台账，持续追踪修正效果

9.2.4 用户互动与转化优化

- 排查原因：内容未触达用户核心需求，或未设置清晰引导
- 优化动作：
 - a. 分析评论 / 反馈中的高频问题，补充到知识库中
 - b. 在内容中增加实用建议、使用指南，提升用户价值
 - c. 优化内容中的品牌露出方式，自然引导用户搜索 / 咨询
 - d. 针对高互动内容，迭代产出同系列内容，放大优势

9.3 监测与优化闭环流程

9.3.1 定期监测：

- a. 发布后 24-72h：重点监控收录状态与速度
- b. 每周：统计引用频率、位置与质量，收集用户反馈
- c. 每月：汇总数据，分析趋势，识别问题内容

9.3.2 问题分级处理：

- a. 紧急问题（错误引用、负面导向）：24h 内响应，启动修正流程
- b. 一般问题（未收录、低引用）：按周 / 月制定优化计划

9.3.3 效果追踪验证：

- a. 优化后 7-14 天：核查收录 / 引用状态是否改善
- b. 每月：对比优化前后的核心指标，评估效果

9.3.4 迭代沉淀：

- a. 整理优化案例，提炼可复用的内容模板与技巧
- b. 更新内容审核与发布标准，减少同类问题复发

十、GEO 技术和算法优化

10.1 AI 平台算法跟踪

跟踪方法：

- a. 定期测试同一提示词在不同时间的 AI 回答差异
- b. 监测 AI 引用来源的变化（40%-60%每月变化）
- c. 关注 AI 平台官方技术博客和更新公告
- d. 参与行业交流，获取算法变化情报

10.2 算法变化应对策略

快速响应机制：

- a. 建立算法变化预警系统
- b. 算法更新后 24 小时内评估影响
- c. 48 小时内调整优化策略
- d. 72 小时内部署优化措施

10.3 长期适应策略：

- a. 不依赖单一优化技巧
- b. 持续建设高质量内容资产
- c. 多元化信源和平台覆盖
- d. 提升品牌整体 E-E-A-T 评分

十一、GEO 数据监测

11.1 国内常用工具：

序号	工具	功能	适用场景
1	玫瑰互动 GEO 监测平台	AI 引用监测、竞品分析	GEO 效果监测
2	百度统计	网站流量分析	流量监测
3	百度指数	品牌搜索趋势	品牌监测
4	微信指数	社交热度	社交监测
5	巨量算数	抖音趋势	短视频监测

11.2 海外 AI 监测平台（GEO 专项工具）：

序号	平台	核心功能	适用场景
1	Otterly.AI	专注 AI 驱动搜索平台（ChatGPT/Google Bard/BingCopilot）的品牌和内容监控，跨平台监控+竞品对比+内容优化建议	需提前布局 AI 搜索趋势的品牌或内容创作者
2	AIVisibility	优化品牌在 AI 平台上的数字存在和可见性，可见性分析+跨平台集成+数据驱动建议	需系统性管理品牌 AI 可见性的企业
3	BrandRank.AI	专注品牌监测，多维度数据收集+数据分析与评估+趋势预测与预警，评估品牌市场表现与竞争地位	品牌战略规划、市场营销活动评估、危机公关管理、竞争对手分析
4	Mangools AI Search Grader	聚焦 SEO 评估，关键词数据+页面优化+外链分析+移动适配，全面诊断网站搜索表现	优化初期了解 SEO 基础、效果跟踪、竞品分析、改版迁移前评估
5	HubSpot AI Search Grader	评估品牌在搜索引擎中的表现，SEO 分析+情绪分析，结合情绪分析优化 SEO 和品牌管理	适合需要优化搜索引擎表现及品牌认知的企业
6	AI Monitor	多聚焦 AI 领域监测，系统性能+数据安全+市场动态+模型评估，追踪 AI 系统运行与市场动态	AI 研发性能监测、应用管理、投资决策、行业监管
7	Promptwatch	专注 AI 提示词（prompt）监测优化，效果评估+对比分析+趋势洞察，分析提示词与 AI 输出结果关联	AI 内容创作者优化提示词、AI 开发者调试模型、营销人员获取精准营销文案
8	Amon AI	聚焦特定领域 AI 应用，任务处理+数据分析+智能交互，借助 AI 技术实现特定任务自动化与智能化处理	企业办公自动化、客户服务辅助、数据分析岗快速处理数据

工具功能适用场景：

1. 玫瑰互动 GEO 监测平台 AI 引用监测、竞品分析 GEO 效果监测
2. 百度统计网站流量分析流量监测

3. Google Analytics 网站流量分析海外流量监测
4. 百度指数品牌搜索趋势品牌监测
5. Excel/Python 数据处理、可视化自定义分析

十二、 结束

版权声明：

本文件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。本文件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



图六：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：本文件将定期更新，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件的指导和支持。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. 本文件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，本文件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. 本文件不构成投资建议
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. 本文件内容仅供参考，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，擅自根据本文件内容采取行动，因此导致的决策和优化损失，本运营方概不负责。