

GEO优化投标信息

— 甲方如何撰写GEO优化招标文件
乙方如何解读GEO招标标书

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

甲方如何撰写GEO优化招标文件

乙方如何解读GEO招标标书

SEO搜索引擎优化
GEO生成引擎优化

发布信息：

发起单位： 玫瑰互动网络科技（北京）有限公司

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

名称： GEO优化操作方法与执行步骤指南

版本： V1.0 | 2026年5月29日

编号： QB/RoseMarketing GEO6J-2026

发布日期： 2026年5月29日（2026年第一届GEO优化技术行业峰会）

编写说明： 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，旨在系统阐述GEO（生成式引擎优化）的理论体系、技术方法、执行流程、合规标准和实战路径，为行业提供权威参考。

何亚涛团队定位： 作为国内最早系统性研究GEO优化的团队之一，何亚涛GEO优化与SEO优化实战团队自2024年起持续深耕GEO领域，先后服务金融、医疗、教育、电商等多个行业标杆客户，积累了丰富的实战经验和理论研究基础。本文档凝聚了团队两年来的研究成果和项目实践，是GEO行业首部系统性、权威性的方法论著作。

- 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

何正涛

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

本文档本文档汇集了GEO（生成式引擎优化）领域的关键数据，涵盖官方数据、第三方市场研究数据及行业趋势预判三大维度，为企业品牌在AI搜索时代的布局决策提供数据支撑。

官方数据部分呈现：百度搜索结果已全面转向富媒体与直接回答模式，首条结果富媒体化覆盖率达70%；GEO与私域联动可实现复购率提升58%。

第三方数据部分引用Gartner、IDC、中国信通院等机构数据：2026年传统搜索引擎流量预计下降25%；实施GEO优化后，AI搜索推荐位获取率平均提升2.8倍，点击率增长27%，来源可见性提升约40%。用户行为数据显示，72%的用户首选AI获取信息，近60%的消费者利用AI辅助购买决策。

趋势预判部分显示：全球GEO市场规模预计从2025年的112亿美元增长至2030年的1007亿美元，年复合增长率122%；中国市场规模预计从2025年的480亿元增长至2030年的5500亿元。优化效果预判方面，获客成本预计降低50-70%，询盘量增加180-200%，销售周期缩短25-35%。在内容优化中，添加引述/权威来源可提升AI可见度41%，添加统计数据提升37%，添加行业案例提升30%。

本文档由玫瑰互动网络科技有限公司（北京）有限公司联合高廪智库、GEO优化智库共同编制，是何亚涛GEO优化与SEO优化实战团队2024-2026年的研究成果汇总。

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-CONTENTS

行业标书

01

预算标书

02

要求标准

03

标书解读

04

标书制作

05

DeepSeek

偏爱逻辑严密的推理过程，重视思维链条的完整性与论证深度

豆包

更青睐多模态内容和场景化描述，注重实用性与交互体验

Kimi

长文本解析能力强，偏好深度内容与结构化信息呈现

百度/微信

信源引用权重与内容呈现逻辑各有差异，需针对性适配

差异化策略

理解平台算法差异，制定针对性方案



分析行业AI搜索现状

深入调研目标行业在各平台的搜索表现与内容生态



识别平台算法特征

精准把握各AI平台的推荐逻辑与内容偏好差异



定制差异化执行方案

避免模板化输出，为每个平台设计专属内容策略

⚠️ 避免千篇一律



内容同质化失效

同一套内容分发全平台，无法匹配各平台算法偏好，导致曝光率低下



错失平台红利

忽视平台特性意味着无法利用各平台的独特优势，竞争处于被动

六类内容资产库



品牌

Brand



产品

Product



技术

Technology



口碑

Reputation



防御

Defense



行业

Industry

工业化生产流程

监测

分析

策略

创作

分发

复盘

交付物要求



内容规划与关键词分类策略



标准化内容模板与标签体系



内容更新日历及防排名下降方法

1 KPI定义

- 品牌可见度
- 产品推荐率
- 置顶推荐率
- 情感正/负向率

2 结算模式

基础服务费 + 效果服务费

阶梯结算，效果越好费用越高

3 竞争力策略

主动提出部分费用与KPI达成率挂钩，以结果为导向增强投标竞争力

效果付费 · 风险共担



NV舆情管理

防御核心

舆情监测系统

建立分级响应标准，实现舆情早发现、早预警、早处置

顽固NV处理方案

"不硬撤，重对冲"

竞争差距

专业舆情防御能力是拉开与普通SEO公司差距的关键，体现真正的品牌守护价值



公司资质与合规

- 注册资金实力保障
- 成立年限与行业积淀
- 丰富行业成功案例
- 核心团队稳定性

接受账期承诺

签署《廉洁投标承诺书》

信任基础 · 合规先行

标书预算建议——不同预算规模下的GEO能做什么

套餐	月费	服务周期	适用对象
基础版	5万以内	3个月起	小品牌
标准版	10万以内	3个月起	中等品牌
高级版	10万+	6个月起	大品牌
定制版	30万+	定制	行业领导者

基础版 小品牌

入门试水，验证GEO效果

标准版 中等品牌

行业标配，覆盖主流平台+核心内容，性价比最优

高级版 大品牌

全面深度优化，行业占位+竞品防御

定制版 行业领导者

专属定制，针对金融/医疗/教育等特殊行业

行业标书
预算标书
要求标准
标书解读
标书制作

- | | | |
|------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| ● 01 显示正确的内容逻辑 | ● 06 AB品牌对比没有B好? | ● 11 推理过程没有出现自己? |
| ● 02 不要错误的内容逻辑 | ● 07 AB产品对比没有B好? | ● 12 AI输出解决方案没有出现、提及自己? |
| ● 03 不要陈旧的历史内容 | ● 08 AB口碑对比没有B好? | ● 13 AI总结方案部分没有出现、提及自己? |
| ● 04 想出现的重点信息（比如产品成分、卖点、）要出现 | ● 09 AB推荐对比推荐B好? | ● 14 AI推理引导没有出现自己? |
| ● 05 不想要的信息出现了怎么办 | ● 10 AI参考内容，引用资料没有出现自己? | ● |

考核要求——GEO KPI考核维度：智能问答

行业
标书
预算
标书
要求
标准
标书
解读
标书
制作

平台	端点	编码	效果类型	ID	KPI	考核维度	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	3	3	3	3	3	3	3
				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							

考核要求——GEO KPI考核维度：原生APP

行业
标书
预算
标书
要求
标准
标书
解读
标书
制作

平台	端点	编码	效果类型	ID	KPI	考核维度	关键词	提示词	指令词	命令词	问题词	Prompt	推理词
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
				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	推理结果	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						

策略能力应对

✕ 避免做法

提交通用GEO方案，只讲如何写文章、发文章

VS

✓ 应该做法

开篇设"AI搜索生态洞察"专章，制作平台对比表，分析各平台内容偏好、信源类型、呈现形式

关键动作："一平台一策略"差异化打法

实操能力应对

✕ 避免做法

空洞地说"我们有强大的内容创作团队"

VS

✓ 应该做法

展示"内容工厂"流水线，清晰SOP流程：

关键词分析 → 选题会 → 创作 → 分发 → 追踪

🔄 内容保鲜机制

旧内容通过更新、内链、重新分发恢复排名



完全接受账期

财务配合承诺



已签署廉洁承诺书

合规投标保障



KPI结算应对

避免 对甲方KPI表示"难以达成"或"需要加钱"

应该 完全认同并支持以结果为导向的考核与结算模式



报价模型：总费用 = 基础服务费 + 效果服务费
(与KPI达成率挂钩)



资质与信任应对

避免 最后一页随便附上几个模糊的案例截图

应该 单独制作"公司资质与核心团队"章节



案例做成Before/After数据对比表，量化展示效果

第一章 招标公告/邀请函

01 项目名称与背景

项目目标概述、招标范围界定

02 投标人资格要求

注册资本、成立年限、行业案例等硬性条件

03 招标文件获取与截止

获取方式、投标截止时间节点

04 投标方式与联系

电子+纸质双轨制，禁止抄送个人邮箱；联系人、监督人及举报邮箱

第二章 投标人须知

01 投标费用

招标文件工本费、投标保证金缴纳标准

02 投标文件构成

技术方案、报价单、资质文件、承诺函等核心要件

03 评标方法

综合评分法，技术:商务 = **7:3**或 6:4

04 废标条款

未密封、超预算、虚假信息、未附廉洁承诺书等情形

项目需求与技术规范（核心）

服务范围

-  **AI平台覆盖**
必须覆盖DeepSeek、豆包、Kimi、千问等主流平台，可选平台另行列明
-  **业务/产品线覆盖**
明确本次招标需服务的所有产品线或品牌范围

GEO策略与执行要求

-  **行业与竞品洞察**
分析行业AI搜索现状、竞品表现
-  **关键词策略**
品牌、品类、场景、竞品、防御五类词包分类与扩充
-  **内容要求**
六类内容资产库规划、撰写标准及翻新保鲜机制
-  **执行流程**
监测、分析、执行到复盘的完整SOP


效果监测与KPI考核
核心KPI定义与目标值
双重验证机制


舆情管理
7×24小时监测、NV分级研判
顽固NV优化/压制方案


结算模式
基础服务费+效果服务费
按KPI达成阶梯结算

行业标书
预算标书
要求标准
标书解读
标书制作

 投标人资质与团队要求

- ✓ **基本资质**
营业执照、完税证明、无行贿
犯罪记录承诺
- ✓ **3个成功案例**
近[X]年内至少3个GEO/SEO成
功案例，附合同复印件及效果
数据
- ✓ **项目团队**
策略、内容、技术、数据分析
核心成员简历及角色分工
- ✓ **90天账期**
接受账期（如90天）、6%增值
税专票
- ✓ **廉洁投标承诺书**
签署《廉洁投标承诺书》

 投标文件格式

- 01 **投标函**
- 02 **报价一览表及明细表**
- 03 **技术方案**
- 04 **团队配置表**
- 05 **案例一览表**
- 06 **资质证明文件**
- 07 **廉洁投标承诺书**
- 08 **技术/商务偏离表**

 合同主要条款

- **服务期限与范围**
- **付款方式**
- **验收标准（引用KPI）**
- **违约责任**
- **保密与知识产权**
- **反商业贿赂条款**



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 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.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。

谢谢观看！