

GEO 优化策略指南

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

图 1 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。

文档涵盖六大核心板块：

1. GEO 优化策略指南
2. 常见问题
3. 实现目标
4. GEO 执行全流程与实操方法
5. 优化思路
6. 官网结构化数据部署

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 GEORGE™ 五层认知架构，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。

本白皮书由何亚涛 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。白皮书面向 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 优化策略指南 错误!未定义书签。

1 GEO 优化策略指南.....9

1.1 GEO 的正式定义.....9

1.2 GEO 与 SEO、AEO 的本质区别 9

1.3 GEO 的底层技术逻辑 10

1.3.1 RAG（检索增强生成）机制解析 10

1.3.2 AI 选择引用来源的核心逻辑..... 10

2 常见问题 10

Q1：GEO 优化提示词选词方法 10

Q2：GEO 优化工具软件怎么用 11

GEO 优化工具按诊断→生成→优化→部署→监测→合规→复盘七步使用，核心是将品
牌信息结构化、合规化、AI 易读化，提升 AI 搜索引用率。 11

一、前期准备..... 11

二、分步操作..... 11

三、合规红线..... 12

Q3：GEO 优化转化链路如何定 12

Q4：GEO 优化收录如何看 12

一、核心定义与底层区分 13

二、官方权威判定依据 13

三、四维全维度收录查看体系 13

四、全平台实操流程 13

五、违规收录风险与规避.....	13
附录	13
3 实现目标	14
GEO 优化技术框架（玫瑰互动方法论）	14
3.1.1 DataAsset GEO 架构.....	14
3.1.2 从 “量产语料” 到 “重构语义资产”	14
3.1.3 预测性建模能力.....	14
3.2 结构化数据与多模态融合	15
3.2.1 20 种结构化数据格式（Schema 标记）	15
3.2.2 核心 Schema 类型及用途	15
3.2.3 多模态内容引用权重.....	15
3.2.4 AI 友好内容格式.....	15
3.3 平台差异化适配标准.....	15
3.3.1 国内 AI 平台适配策略	15
AI 原生 APP（8 个）	16
AI 智能问答（12 个）	16
3.3.2 海外 AI 平台适配策略	16
3.4 内容质量的 E-E-A-T 标准.....	16
3.5 验收考核与 KPI 体系.....	16
3.5.1 核心 KPI 体系.....	16
3.5.2 品牌可见度评分	17
3.5.3 覆盖平台数与行业覆盖率	17

3.6 GEO 技术优化详解.....	17
3.6.1 页面体验优化.....	17
3.6.2 Schema 标记部署.....	17
3.6.3 网站技术架构优化.....	18
3.7 GEO 算法优化.....	18
3.7.1 AI 平台算法跟踪.....	18
3.7.2 算法变化应对策略.....	18
3.8 GEO 和 SEO 结合优化.....	18
3.8.1 SEO 为 GEO 打基础.....	18
3.8.2 GEO 为 SEO 增值.....	18
3.9 企业 / 品牌官网 GEO 优化.....	19
3.9.1 官网 GEO 诊断清单.....	19
3.9.2 官网 GEO 优化步骤.....	19
4 GEO 执行全流程与实操方法.....	19
4.1 GEO 目标设定.....	19
4.1.1 目标设定原则 (SMART)	19
4.1.3 目标设定示例.....	19
4.2 GEO 优化预算制定.....	20
4.2.2 预算模型.....	20
4.2.3 ROI 测算.....	20
4.3 提示词挖掘.....	20
4.3.2 提示词分类体系.....	20

4.4 知识库搭建 20

 4.4.1 三层架构 20

4.5 推理内容制作 21

 4.5.1 高引用内容类型 21

5 优化思路 21

5.1 平台匹配策略（通用框架） 21

5.2 核心策略逻辑 21

 6 优化策略技术优化层 21

6.1 官网结构化数据部署 21

 6.2 全链路优化：从收录到引用..... 21

 6.3 品牌核心语料库建设 22

 6.4 信源分级与权重分配 22

 6.5 信源监测与动态调整机制 22

— GEO 优化策略指南

1.1 GEO 的正式定义

GEO 优化是通过结构化数据升级、AI 数据标注、提升 AI 推理学习效率、强化 AI 训练结果准确度、优化生成内容、建设 AI 知识库、优化数据交叉验证、构建权威信源组合、提升语义质量、打造企业商用数字资产、减少 AI 幻觉等手段，优化内容在生成式 AI 问答、对话、推理系统中的引用优先级、可信度与推荐呈现效果的系统性服务。

何亚涛团队理论界定：GEO 不是操纵 AI 算法，而是通过提升**语义质量**和**专业深度**，让品牌内容成为 AI 认可的优质信源、答案、推理结果与推荐。

核心观点

- GEO 的本质是**内容价值工程**
- GEO 的目标是让**高质量内容被 AI 正确理解和引用**
- GEO 的方法论是**语义资产建设**而非关键词堆砌
- GEO 的价值观是**正向优化**而非技术操纵
- GEO 优化帮助 AI 和人呈现推理结果中的最优解
- GEO 优化底层逻辑是帮助企业实现品牌 AI 数字资产

1.2 GEO 与 SEO、AEO 的本质区别

维度	SEO	AEO	GEO
目标引擎	传统搜索引擎	智能问答系统	生成式 AI 模型
优化对象	网页排名	精选摘要 / 知识面板	AI 生成答案中的引用
核心逻辑	关键词 + 外链	结构化数据 + FAQ	语义质量 + 信源权威
竞争位	10 个蓝色链接	1 个精选答案	AI 答案中的多个引用位
技术深度	页面优化	知识图谱	RAG 机制适配
内容形式	网页文本	结构化数据	多模态内容
更新频率	季度级	月度级	周级甚至实时

1.3 GEO 的底层技术逻辑

1.3.1 RAG（检索增强生成）机制解析

现代 AI 大模型普遍采用 RAG 机制回答问题，分为三个阶段：

- 语义检索与向量化：将用户查询转化为向量表示，在知识库中匹配语义最接近的文本块；
关键词匹配非核心，语义相似度为关键
- 上下文评分与信息增益：评估文本块的信息增益、支撑性，逻辑严密、陈述直接、数据充分的内容更易被选中
- 生成与引用：AI 综合多个来源生成答案，标注引用来源，决定品牌 / 内容呈现

1.3.2 AI 选择引用来源的核心逻辑

- 语义相关性：内容与查询语义匹配
- 信息增益：提供增量信息，非重复内容
- 信源权威：来源可信专业（.gov>.edu > 主流媒体）
- 结构化程度：FAQ 格式 > 文章格式 > 纯文本
- 多模态丰富度：图文结合 > 纯文字
- 时效性：新内容 > 旧内容

关键发现：AI 引用来源 40%-60% 每月变动，品牌需建立持续追踪机制。

二 常见问题

Q1：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、抖音指数等
2	传统平台下拉词	平台驱动	平台算法推荐高频搜索词	挖掘长尾词、场景词	记录百度、小红书、抖音搜索框下拉词
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	AI 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	追问“还有哪些推荐”“为什么”
5	5118 词云	工具驱动	海量文章关键词聚合	内容选题、热点捕捉	导入竞品 / 行业文章生成高频词云
6	5118 关键词裂变	工具驱动	核心词扩展疑问 / 场景词	生成句式提问	核心词 + 后缀 / 疑问词 + 核心词
7	各大广告后台提取	平台驱动	广告系统关键词推荐	商业意图词挖掘	巨量千川、百度竞价后台工具
8	网站统计后台提取	数据驱动	已进站用户搜索词	优化已有流量词	百度站长、GA 搜索控制台
9	留言板 / 客服记录提取	用户驱动	真实用户高频咨询	贴近销售场景	汇总客服记录、官网留言、400 咨询
10	评论区提取	用户驱动	已购用户关注点 / 吐槽点	优化产品卖点	采集电商、社媒评论区
11	SEO 关键词拓展	方法驱动	传统 SEO 词库迁移	快速搭建初始词库	复用 SEO 词表，按 GEO 逻辑分组
12	其他	综合驱动	个性化补充方法	特定场景	行业报告、竞品官网关键词

Q2：GEO 优化工具软件怎么用

GEO 优化工具按诊断→生成→优化→部署→监测→合规→复盘七步使用，核心是将品牌信息结构化、合规化、AI 易读化，提升 AI 搜索引用率。

一、前期准备

- 选工具：覆盖内容生成、语义优化、数据监测、合规审查、竞品分析、知识图谱六大模块，适配 Deep Seek、Kilim、豆包、文心一言、通义千问
- 备资料：整理品牌官网、产品介绍、权威媒体报道、创始人信息
- 建关键词：提炼 5-10 个核心词（品牌名、产品名、创始人名、核心业务词）

二、分步操作

- 可见性诊断 (30 分钟)：新建项目，勾选主流 AI 引擎，录入核心关键词，查看基准数据，设置引用突变、情感预警
- GEO 内容生成 (45 分钟)：上传资料建知识库，新建 AI 问答内容，生成草稿并人工初审
- 语义优化 (20 分钟)：粘贴草稿做语义匹配评分， ≥ 85 分为合格
- 合规审查 (10 分钟，强制)：一键扫描违规内容， ≥ 90 分方可发布
- Schema 部署 (60 分钟)：生成 DONALDSON 标记，粘贴至网页并验证上线
- 效果监测 (每日 10 分钟)：查看引用次数、位置、情感数据
- 竞品分析与复盘 (每周 45 分钟)：监测竞品高引用内容，制定优化计划

三、合规红线

- 禁止注入虚假信息、诋毁竞品、伪造信源
- 所有内容人工复核，操作日志保留 ≥ 180 天
- 禁用批量低质生成、Schema 欺诈、信源劫持

Q3：GEO 优化转化链路如何定

AI 搜索转化为多节点、跨平台、难归因的复杂链路，核心节点如下

序号	步骤	描述	行为路径	优化建议
1	回搜	用户回流关键行为	看完内容后主动搜索品牌 / 产品	引导用户回搜，形成持续触达
2	追问	意图深化延展	多轮追问细化需求	构建知识树型内容，承接连续提问
3	引用资料	权威内容驱动信任	AI 引用官网 / 权威资料，提升点击	强化结构化数据与权威内容
4	官网识别	官网识别流量来源	识别 AI 平台流量，补全转化路径	强化第一方数据采集
5	数据黑盒	跨平台归因难题	平台数据不公开，链路难追踪	用用户调研、行为分析间接评估

Q4：GEO 优化收录如何看

GEO 收录是 AI 大模型对权威结构化内容识别、抓取、入库、引用的全流程，与 SEO 收录完全不同。

一、核心定义与底层区分

合规收录满足 E-E-A-T 标准，具备真实可溯、结构规范、权威适配、无作弊、可被模型引用五大特征；批量低质、关键词堆砌、IP 造假等为黑帽违规收录，属于 AI 投毒。

二、官方权威判定依据

- 国家级规范：中国信通院《GEO 可信基本要求》、工信部财经信息源分级规范、中广协 GEO 行业标准
- 行业自律公约：严禁五大黑帽操作，禁止虚假数据干预模型
- 信源优先级：官方机构、权威媒体、行业报告、结构化知识库权重最高
- 实战标准：何亚涛 GEO 收录判定体系

三、四维全维度收录查看体系

- 基础状态核查：核验主流 AI 平台内容入库状态
- 质量深度核查：查看引用率、品牌可见度、认知份额、意图匹配度
- 合规真伪核查：区分真实 / 虚假 / 刷量收录
- 数据量化核查：依托五大核心指标统计复盘

四、全平台实操流程

适配主流 AI 平台，针对多模态内容差异化核查，形成单次核查 - 周期监测 - 长效追踪闭环。

五、违规收录风险与规避

虚假收录引发口碑受损、合规处罚、预算浪费等风险；解决方案为清理违规内容、补充权威语料、搭建可信信源矩阵。

附录

- 常用工具：官方 AI 核验工具、收录监测工具、数据复盘工具
- 高频 FAQ：覆盖收录失效、不展示、虚假收录等问题

- 合规依据：国家级、行业级 GEO 标准条文
- 实战支撑：何亚涛 17 年搜索优化 + 玫瑰互动 GEO 合规方法

三 实现目标

GEO 优化技术框架（玫瑰互动方法论）

3.1.1 DataAsset GEO 架构

- 全格式资产采集：覆盖文本、Markdown、代码、PDF、官网、新闻链接、电商数据等所有 AI 可消费的格式，盘活品牌存量与增量内容。
- 结构化封装与语义映射：通过 Schema 标记、JSON-LD 等将内容 AI 化，并将品牌实体连接到行业知识图谱，形成品牌专属语义字典。
- 可持续投喂与数据库调用：建立品牌向量数据库，主动提交新内容并打通自有数据源，让 AI 实现实时检索与引用，而非依赖历史训练数据。
- 引用监测与闭环优化：实时追踪品牌在各大 AI 平台的引用率、推荐位序和表述准确度，基于数据反馈不断优化资产质量。
- 长期资产化价值：品牌投入的内容成为可复用、可积累、可审计的 AI 资产，形成与 AI 的信任绑定，抵御模型迭代风险，实现品牌在 AI 搜索生态中的持久优势

3.1.2 从“量产语料”到“重构语义资产”

- 2024-2025 年：关键词堆砌、简单内容发布，效率低
- 2026 年：知识图谱 + Schema 结构化，AI 曝光效率提升近 4 倍
- 2027 年 +：实时语义优化、个性化生成，人工优化转向智能优化

3.1.3 预测性建模能力

逆向解析 AI 模型底层权重，预测高召回语义片段，内容平均召回率比传统工具高 240%。

3.2 结构化数据与多模态融合

3.2.1 20 种结构化数据格式 (Schema 标记)

核心格式：DONALDSON、Micro data、RDA、Informatics，适配 [Schema.org](https://schema.org/) 标准。

3.2.2 核心 Schema 类型及用途

序号	Schema 类型	用途	示例场景
1	Organization	企业信息	企业介绍
2	Person	人物信息	创始人介绍
3	Product	产品信息	产品页面
4	Equipage	FAQ 内容	FAQ 页面
5	How To	操作指南	教程页面
6	Article	文章信息	博客文章
7	Review	评价信息	评价页面
8	Event	活动信息	活动页面
9	Course	课程信息	课程页面
10	Objectivity	视频内容	视频页面

3.2.3 多模态内容引用权重

多模态内容占 AI 引用权重 35%-45%，平台偏好：

Deep Seek：技术文章 + 数据图表

豆包：短视频脚本 + 图文

文心一言：权威文章 + 百科

Kilim：长文本 + 知识图谱

3.2.4 AI 友好内容格式

- FAQ 格式：问题用 H2/H3 标题，答案直接简洁
- 模块化段落：每段≤150 字，单核心观点
- 知识卡片：定义 + 数据 + 来源，便于 AI 提取

3.3 平台差异化适配标准

3.3.1 国内 AI 平台适配策略

AI 原生 APP (8 个)

平台	所属公司	AI 大模型	内容偏好	GEO 适配重点
豆包	字节跳动	豆包大模型	娱乐化、轻松	口语化、短视频脚本
Deep Seek	深度求索	DeepSeek-V3/R1	技术、深度	技术深度、数据支撑
腾讯元宝	腾讯	混元大模型	社交、生活	微信生态、公众号内容
千问	阿里	通义大模型	商务、专业	结构化、表格、电商场景

AI 智能问答 (12 个)

覆盖百度、微信、小红书、抖音、知乎、微博、头条、搜狗、快手、B 站、360 等平台，适配对应生态内容形式。

3.3.2 海外 AI 平台适配策略

覆盖 Chatting、Claude、Gemini、Google AI 搜索、New Ding、Copilot 等，侧重深度内容、结构化数据、多模态适配。

3.4 内容质量的 E-E-A-T 标准

维度	权重	评估方法	优化方向
Experience (经验)	25%	案例数量、数据丰富度	增加实操案例
Expertise (专业)	25%	作者资质、引用权威度	专家背书
Authoritativeness (权威)	25%	品牌知名度、媒体覆盖	百科建设、媒体报道
Trustworthiness (可信)	25%	准确度、透明度	标注来源、定期更新

3.5 验收考核与 KPI 体系

3.5.1 核心 KPI 体系

指标层级	具体指标	计算方式	目标值
曝光层	Prompt 提及率	目标 Prompt 中品牌被提及占比	≥70%

指标层级	具体指标	计算方式	目标值
曝光层	AI 推荐频率	多平台实测品牌进入 TOP3 占比	≥50%
引用层	引用增长率	季度环比引用次数增长	≥20%
引用层	权威信源引用占比	S 级 + A 级来源引用占比	≥80%
语义层	正向提及率	品牌正面提及占比	≥95%
语义层	定位准确度	模型描述与官方定位一致度	≥90%

3.5.2 品牌可见度评分

- 被引用频率 (40%)：每月引用次数
- 引用位置 (30%)：前 3 位 / 中间 / 末尾
- 信息准确度 (20%)：描述准确性
- 引用丰富度 (10%)：信息完整度

3.5.3 覆盖平台数与行业覆盖率

目标: 5 + 平台 (优秀 8+)；行业覆盖率 30%+ (优秀 50%+)

3.6 GEO 技术优化详解

3.6.1 页面体验优化

- 加载速度：首屏 < 1.5 秒
- 移动端适配：100% 页面友好
- Core Web Vitals：LCP < 2.5s, FID < 100ms, CLS < 0.1
- 安全：HTTPS 全站部署, SSL 证书有效

3.6.2 Schema 标记部署

- 选择 Equipage、Article、Product 等类型
- 用 DONALDSON 格式嵌入页面
- 通过 Google Rich Results Test 验证
- 核心页面必部署：首页、产品页、文章页、FAQ 页、联系页

3.6.3 网站技术架构优化

- URL 结构：简洁语义化，避免动态参数
- 内链体系：核心页面互链，使用描述性锚文本
- Sitemap 与 robots.TXT：生成 XML 地图，优化爬虫权限

3.7 GEO 算法优化

3.7.1 AI 平台算法跟踪

- 定期测试同一提示词的 AI 回答差异
- 监测引用来源月度变化
- 关注平台官方公告与行业交流

3.7.2 算法变化应对策略

- 快速响应：24 小时评估影响，48 小时调整策略，72 小时部署
- 长期适应：不依赖单一技巧，持续建设高质量内容，提升 E-E-A-T 评分

3.8 GEO 和 SEO 结合优化

3.8.1 SEO 为 GEO 打基础

SEO 基础决定 GEO 上限：网站收录、页面速度、内容质量、外链数量直接影响 AI 引用。

SEO 动作	对 GEO 的帮助
提升页面速度	AI 更快爬取索引
优化移动端	覆盖移动 AI 用户
Schema 标记	帮助 AI 理解语义
高质量外链	提升全站权威度
内容更新	保持内容时效性

3.8.2 GEO 为 SEO 增值

GEO 内容优化提升自然排名，AI 引用带动品牌搜索量，多平台分发产生自然外链，实现双向收益。

3.9 企业 / 品牌官网 GEO 优化

3.9.1 官网 GEO 诊断清单

- 技术诊断：页面速度、Schema 部署、移动端适配、HTTPS、Sitemap
- 内容诊断：品牌介绍、FAQ 模块、团队介绍、案例页面、资讯更新
- 信源诊断：百科词条、权威媒体报道、行业协会入驻、社媒账号

3.9.2 官网 GEO 优化步骤

- 基础优化：部署 Schema、优化速度与移动端、完善 SEO
- 内容建设：创建 FAQ 页面、发布深度文章、制作数据报告、展示案例
- 信源建设：百科词条、媒体发稿、行业活动、专家背书
- 持续维护：定期更新、监测引用、调整策略

四 GEO 执行全流程与实操方法

4.1 GEO 目标设定

4.1.1 目标设定原则 (SMART)

- Specific：明确品牌、提示词、平台
- Measurable：量化引用率、覆盖平台数
- Achievable：结合预算资源设定
- Relevant：匹配业务目标
- Time-bound：设定时间节点

4.1.3 目标设定示例

阶段	时间	目标	KPI
启动期	第 1 个月	完成诊断与方案	诊断报告完成率 100%
基础建设	第 2-3 个月	核心提示词覆盖	引用率提升 20%，覆盖 5 平台
放量优化	第 4-6 个月	扩大覆盖提升质量	引用率提升 50%，TOP3 占位 50%

阶段	时间	目标	KPI
巩固提升	第 7-12 个月	建立行业权威	行业引用率 Top3, ROI1:10

4.2 GEO 优化预算制定

套餐	说明	月费	适用对象
基础版	入门试水	5 万内	小品牌
标准版	行业标配	10 万内	中等品牌
高级版	全面优化	10 万 +	大品牌
定制版	专属定制	30 万 +	行业领导者

4.2.2 预算模型

4.2.3 ROI 测算

GEO ROI=(GEO 收益 - 投入成本)/ 投入成本 ×100%; GEO ROI 可达 1:8.3, 优于传统广告与 SEO。

4.3 提示词挖掘

4.3.2 提示词分类体系

类别	示例	优化优先级
品牌类	XX 公司怎么样	★★★★★
产品类	XX 产品好用吗	★★★★★
行业类	GEO 优化哪家强	★★★★☆
问题类	如何做好 GEO	★★★★☆

4.4 知识库搭建

4.4.1 三层架构

层级	内容	说明
统一底座	品牌元知识	所有 GEO 内容含元知识锚点
业务图谱	场景化知识	业务线差异化构建
动态组合	AI 实时组合	Schema 关联品牌实体

4.5 推理内容制作

4.5.1 高引用内容类型

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	结构化数据 + 第三方背书
选购指南类	13%	推荐榜单	对比表格 + 权威标注
技术白皮书类	7%	技术架构	深度内容 + 学术引用

五 优化思路

5.1 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	Deep Seek、千问、文心	豆包	Kilim
消费业务 / C 端	个人消费者	豆包、元宝、千问、文心	Kilim	Deep Seek

5.2 核心策略逻辑

政企：权威占位；基础设施：技术穿透；方案服务：价值引领；中小企业：全场景渗透；C 端：场景种草 + 社交裂变；品牌公关：全平台声量覆盖。

六 优化策略

6.1 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	全站部署，每页 1 组
★★★	FAQ/QA Schema	问答页、客服入口	高频问题必部署

6.2 全链路优化：从收录到引用

环节	目标	核心动作
收录主动化	AI 快速收录	嵌入 DONALDSON, 提交 Sitemap
排名提升	争夺 TOP3	优化内容结构, 投放高权重媒体
内容工程化	AI 友好内容	生产 E-E-A-T 标准结构化内容
引用优化	提升匹配度	多触点生产内容, 增加引用机会

6.3 品牌核心语料库建设

统一底座、业务图谱、动态组合三层架构，强化品牌语义资产。

6.4 信源分级与权重分配

S 级（官方 / 权威媒体） > A 级（垂直媒体 / KOL） > B 级（自媒体） > C 级（UGC）。

6.5 信源监测与动态调整机制

监测 AI 平台引用数据与算法更新，动态调整投放策略。

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：

感谢新兴信息技术协同创新中心、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. 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。