

# AI 搜索 GEO 优化灰皮书

---

玫瑰互动网络科技有限公司（北京）有限公司 2026.05

# 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

# 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。

本灰皮书由何亚涛 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。灰皮书面向 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”。

# 摘要

本灰皮书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。

灰皮书涵盖七大核心板块：

1. 提示词挖掘方法
2. 提示词指数查询工具
3. GEO 优化内容制作方法
4. GEO 优化方法
5. GEO 优化步骤
6. GEO 官网优化
7. GEO 报告制作

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。

目录

AI 搜索 GEO 优化灰皮书（2026） .....错误!未定义书签。

    关于作者..... 2

    引言..... 3

    摘要..... 4

    第一部分：提示词挖掘方法..... 6

    第二部分：提示词指数查询工具..... 7

    第三部分：GEO 优化内容制作方法..... 7

    第四部分：GEO 优化方法..... 12

    第五部分：GEO 优化步骤..... 16

    第六部分：GEO 官网优化..... 17

    第七部分：GEO 报告制作..... 19

    附录..... 24

    版权声明： ..... 36

    编写团队： ..... 36

    联系方式： ..... 36

    发布日期： ..... 37

    版本： V1.0 ..... 37

    致谢： ..... 37

    免责声明： ..... 38

# 第一部分：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、百度检索量、小红书检索量等         |
| 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 1：提示词挖掘方法

## 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
4. 搜索竞品品牌在 AI 中的出现场景
5. 反推用户可能使用的提示词
6. 建立竞品提示词库方法三：用户访谈与调研
7. 访谈目标用户群体（10-20 人）
8. 记录用户描述需求时的自然语言
9. 提炼核心提示词方法四：数据工具辅助

- 10. 百度指数、微信指数分析关键词趋势
- 11. 5118、站长工具等 SEO 数据分析
- 12. 结合 AI 特性筛选提示词

第二部分：提示词指数查询工具

| 工具   | 功能     | 网址                           |
|------|--------|------------------------------|
| 百度指数 | 关键词趋势  | index.baidu.com              |
| 微信指数 | 社交热度   | 微信搜一搜                        |
| 巨量算数 | 抖音趋势   | trendinsight.oceanengine.com |
| 5118 | SEO 数据 | www.5118.com                 |
| 站长工具 | 排名监测   | 各站长平台                        |

第三部分：GEO 优化内容制作方法

3.1 推理内容制作流程

推理内容制作流程：需求分析 → 提示词匹配 → 内容策划 → 内容撰写 → 结构优化 → 多模态制作 → 审核发布

### 3.2 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          |

3.3 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     |

3.4 AI 原生友好型内容结构



图 1：内容训练方法

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察。

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，学术研究与伦文，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

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                    |                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>16.方案筛选</b></p> <p>对以下候选方案，我将严格按照以下结构进行系统性评估：</p> <p><b>一、背景与目标</b><br/>要解决的问题，核心目标，可选方案概述。</p> <p><b>二、评估维度的建立</b><br/>评估标准：有效性，可行性，经济性，风险性，可持续性。</p> <p><b>三、分方案详细评估</b><br/>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</p> <p><b>四、综合对比与量化评分</b><br/>多维对比矩阵</p> <p><b>五、最终建议方案与行动计划</b><br/>推荐方案，推荐理由，风险预案</p> | <p><b>17. 求答案</b></p> <p>在A情况下：<br/>一、<br/>二、<br/>三、</p> <p>在B情况下：<br/>一、<br/>二、<br/>三、</p> <p>在C情况下：<br/>一、<br/>二、<br/>三、</p> <p>总结下来，答案为....</p> | <p><b>18.问理由</b></p> <p>针对这个问题，我建议跟进的理由如下：</p> <p>理由1：<br/><br/>理由2：<br/><br/>理由3：<br/><br/><b>综合上述理由，最终推荐.....</b></p> | <p><b>19. 求创意</b></p> <p>基于 XX条件，为 XX主题构思创新方案我很擅长</p> <p><b>1. 创意主题：</b><br/>期望达成效果，具体形态</p> <p><b>2. 约束条件：</b><br/>时间、规模或合规性要求，绝对避免的元素。</p> <p><b>3. 灵感与参照</b><br/>可借鉴的行业、案例或风格</p> <p><b>4. 评估与筛选维度</b><br/>创意评估的优先级标准，方案可行性，风险与价值平衡点</p> | <p><b>20.求分析</b></p> <p>分析 XX现象/问题的深层原因要按照如下步骤展开</p> <p><b>1. 明确分析任务</b><br/>要分析的具体问题，核心疑问，最终得出什么结论</p> <p><b>2. 搭建分析框架</b><br/>从那几个角度入手，重点看哪些关键部分</p> <p><b>3. 准备参考资料</b><br/>事实和数据，可以参考的情况，外部因素等。</p> <p><b>4. 确定质量标准</b><br/>怎样才算分析到位，重点要保证什么，需要注意什么局限。</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

图组 1： 20 种 GEO 优化数据格式

类型一：FAQ 问答（AI 最喜欢引用）

- 格式：问题（H2）+ 答案（正文 300-800 字）
- 要点：直接回答、数据支撑、引用来源
- 示例：\*\*Q: 什么是 GEO 优化？\*\*A: GEO 优化（Generative Engine Optimization）是指通过结构化数据升级、权威信源组合构建、语义质量提升等手段，优化内容在生成式人工智能问答系统中的引用优先级、可信度与呈现效果的系统性服务。

- 类型二：深度文章
- 格式：引言+正文+结论
  - 长度：1500-3000 字
  - 要点：信息增量、逻辑严密、原创观点
- 类型三：数据报告
- 格式：摘要+数据+分析+结论
  - 长度：2000-5000 字

- 要点：数据准确、图表丰富、来源标注类型四：案例研究
- 格式：背景+挑战+方案+结果
- 长度：1000-2000 字
- 要点：真实可验证、数据量化、客户背书

#### 3.4.1 内容质量检查清单

- ✧ 是否回答了用户的核心问题
- ✧ 是否提供了信息增量（非重复内容）
- ✧ 是否引用了权威来源
- ✧ 是否包含数据或案例
- ✧ 是否结构化呈现（标题、列表、表格）
- ✧ 是否包含多模态元素（图片、视频）
- ✧ 是否符合 E-E-A-T 标准
- ✧ 是否经过合规审核

## 第四部分：GEO 优化方法

### 4.1 平台匹配策略（通用框架）

| 序号 | 业务类型     | 核心人群          | 首选平台              | 次选平台  | 辅助平台     |
|----|----------|---------------|-------------------|-------|----------|
| 1  | 政企/B2G   | 政府/国企决策者      | DeepSeek、千问、文心    | 豆包    | Kimi     |
| 2  | 基础设施/B2B | 企业IT/技术负责人    | DeepSeek、Kimi、千问  | 文心、元宝 | 豆包       |
| 3  | 方案服务/B2B | CIO/CTO/IT管理者 | DeepSeek、千问、Kimi  | 元宝    | 文心       |
| 4  | 中小企业     | 企业主/采购决策者     | 元宝、千问、文心          | 豆包    | DeepSeek |
| 5  | 消费业务/C 端 | 个人消费者         | 豆包、元宝、千问、文心       | Kimi  | DeepSeek |
| 6  | 品牌公关     | 公众/媒体/监管层     | DeepSeek、豆包、元宝、文心 | Kimi  | 千问       |

## 4.2 核心策略逻辑

| 序号 | 业务类型 | 核心策略               | 匹配原因                                                   |
|----|------|--------------------|--------------------------------------------------------|
| 1  | 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         |
| 2  | 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    |
| 3  | 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 |
| 4  | 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         |
| 5  | 消费业务 | 场景种草+社交<br>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               |
| 6  | 品牌公关 | 全平台声量覆盖<br>+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        |



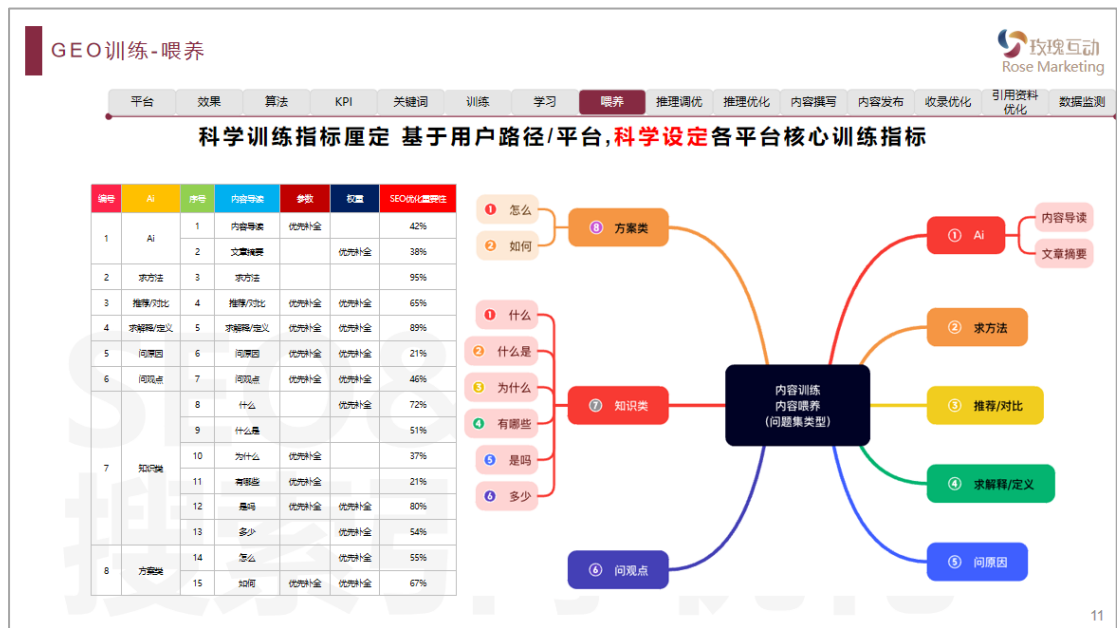
玫瑰互动  
Rose Marketing

思维链CoT (Chain-of-thought, CoT) 会从①逻辑性、②全面性、③可行性、④可验证性 4个方面通过实际的数据和事实来验证推理的正确性和有效性，也是SEO优化重点



Rose Marketing

10



图组 1: GEO 训练, 学习, 喂养的方法

## 第五部分：GEO 优化步骤

1. GEO 监测与行业洞察
2. 关键词与 Prompt 生态构建
3. Prompt 解析与意图识别
4. AI 回答分析与品牌缺口识别
5. 引用来源分析
6. 引用内容解析
7. GEO 内容创作与分发
8. 效果监测与持续优化

上述八步完成后, 回到第 1 步开始新一轮循环。

## 第六部分：GEO 官网优化

### 6.1 企业/品牌官网 GEO 优化

#### 6.1.1 官网 GEO 诊断清单

技术诊断：

- ✧ 页面加载速度 < 1.5 秒
- ✧ Schema 标记部署完整
- ✧ 移动端适配 100%
- ✧ HTTPS 全站部署
- ✧ Sitemap 提交搜索引擎内容诊断：
- ✧ 首页有清晰的品牌介绍（Organization 标记）
- ✧ 产品/服务页有 FAQ 模块（FAQPage 标记）
- ✧ 关于我们有创始人/团队介绍（Person 标记）
- ✧ 有案例/客户评价页面（Review 标记）
- ✧ 博客/资讯持续更新（Article 标记）信源诊断：
- ✧ 百科词条已建设（百度百科、搜狗百科）
- ✧ 权威媒体有品牌报道
- ✧ 行业协会/标准组织有品牌参与
- ✧ 社交媒体有活跃品牌账号

### 6.1.2 官网 GEO 优化步骤

#### Step 1: 基础优化

- 部署核心 Schema 标记
- 优化页面速度和移动端
- 完善网站基础 SEO
- Step 2: 内容建设
- 创建 FAQ 页面 (至少 50 个常见问题)
- 发布深度文章 (行业洞察、方法论)
- 制作数据报告 (行业数据、趋势分析)
- 收集和展示客户案例
- Step 3: 信源建设

- 建设百科词条
- 发布权威媒体稿件
- 参与行业活动并获取报道
- 邀请专家背书
- Step 4: 持续维护
- 定期更新内容
- 监测 AI 引用效果
- 根据数据优化内容
- 跟踪算法变化并调整

# 第七部分：GEO 报告制作

## GEO 优化周报

报告周期：[日期] - [日期]

### 一、本周数据概览

#### 1.1 AI 引用数据

- AI 引用次数：X 次 (环比+X%)
- 覆盖平台数：X 个
- 新增收录：X 篇

#### 1.2 竞品动态

- 竞品 A：引用 X 次，新增内容 X 篇
- 竞品 B：引用 X 次，新增内容 X 篇

#### 1.3 本周执行

- 完成内容 X 篇
- 投放平台 X 个
- 技术优化 X 项

### 二、问题与风险

- 问题 1：...

- 风险 1: ...

三、下周计划

- 计划 1: ...
- 计划 2: ...

GEO 优化月报

报告周期: [月份]

一、月度 KPI 达成情况

| KPI     | 目标 | 实际 | 达成率 |
|---------|----|----|-----|
| AI 引用次数 | X  | X  | X%  |
| 覆盖平台数   | X  | X  | X%  |
| 引用准确度   | X% | X% | X%  |
| 内容收录率   | X% | X% | X%  |

二、AI 引用趋势图

[图表]

### 三、平台分布分析

[图表]

### 四、内容效果分析

- 高效果内容: ...
- 低效果内容: ...
- 优化建议: ...

### 五、竞品动态分析

- 竞品 A: ...
- 竞品 B: ...

### 六、下月优化计划

- 计划 1: ...
- 计划 2: ...

## GEO 优化季度复盘报告

季度: [Q1/Q2/Q3/Q4]

### 一、季度目标达成情况

#### 1.1 目标回顾

[季度初设定的目标]

## 1.2 达成情况

[实际达成情况]

## 1.3 差距分析

[未达成原因分析]

# 二、行业格局变化

## 2.1 平台变化

[AI 平台算法更新、新平台出现]

## 2.2 竞品变化

[竞品策略调整、新进入者]

## 2.3 行业趋势

[行业整体趋势]

# 三、策略有效性分析

## 3.1 有效策略

[哪些策略效果好]

## 3.2 无效策略

[哪些策略效果差]

### 3.3 策略调整建议

[下季度策略调整]

## 四、下季度规划

### 4.1 目标设定

[下季度目标]

### 4.2 策略制定

[下季度策略]

### 4.3 资源配置

[资源需求]

## 五、经验总结

### 5.1 成功经验

[可复制的方法]

### 5.2 失败教训

[需要避免的错误]

### 5.3 知识沉淀

[方法论沉淀]

5.4 复盘与改进闭环

\*\*闭环流程： \*\*复盘与改进闭环流程：执行 → 监测 → 分析 → 改进 → 执行改进触发条件：

- AI 引用率连续两周下降
- 核心提示词被竞品超越
- 出现负面引用信息
- 新平台出现优化机会
- 算法更新导致效果波动

附录

附录 A： GEO 术语表

| 术语     | 英文                             | 定义              |
|--------|--------------------------------|-----------------|
| GEO    | Generative Engine Optimization | 生成式引擎优化         |
| RAG    | Retrieval-Augmented Generation | 检索增强生成          |
| AI 引用率 | AI Citation Rate               | 品牌在 AI 问答中被引用的频 |

|               |                                                                 |                         |
|---------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------|
|               |                                                                 | 率                       |
| 语义资产          | Semantic Assets                                                 | 品牌信息的语义化知识库             |
| E-E-A-T       | Experience, Expertise,<br>Authoritativeness,<br>Trustworthiness | Google 内容质量评估标准         |
| 信息增益          | Information Gain                                                | 内容相对于已有信息的新增<br>价值      |
| 黑帽 GEO        | Black Hat GEO                                                   | 通过违规手段操纵 AI 答案的<br>行为   |
| 正向优化          | White Hat GEO                                                   | 通过提升内容质量获得 AI 引<br>用的方法 |
| DataAsset GEO | DataAsset GEO                                                   | 数据资产式储存与调用              |
| 语义检索          | Semantic Retrieval                                              | 基于语义相似度的内容检索            |
| 向量化           | Embedding                                                       | 将文本转化为高维向量的过<br>程       |
| 知识图谱          | Knowledge Graph                                                 | 实体-关系-属性的结构化知<br>识库     |

|              |                     |                    |
|--------------|---------------------|--------------------|
| Schema 标记    | Schema Markup       | 结构化数据标记标准          |
| 多模态          | Multimodal          | 文本+图像+视频等多种内容形式    |
| 预测性建模        | Predictive Modeling | 预测内容被 AI 引用的概率     |
| 信源           | Source              | AI 引用信息的信息来源       |
| 提示词          | Prompt              | 用户向 AI 提出的问题或指令    |
| 内容工程         | Content Engineering | 按照 AI 机制设计内容结构     |
| 零点击率         | Zero-Click Rate     | 用户不点击任何链接的比例       |
| AI Overviews | AI Overviews        | Google 的 AI 搜索摘要功能 |

# 附录 B：GEO 优化实施检查清单

项目启动前：

| 检查项    | 状态                       | 负责人 | 备注 |
|--------|--------------------------|-----|----|
| 品牌现状分析 | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 竞品分析   | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 目标设定   | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 预算确认   | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 团队组建   | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 工具准备   | <input type="checkbox"/> |     |    |

内容建设阶段：

| 检查项      | 状态                       | 负责人 | 备注 |
|----------|--------------------------|-----|----|
| 提示词库搭建   | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 内容计划制定   | <input type="checkbox"/> |     |    |
| FAQ 内容创作 | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 文章创作     | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 数据报告制作   | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 多模态内容制作  | <input type="checkbox"/> |     |    |

技术优化阶段：

| 检查项         | 状态                       | 负责人 | 备注 |
|-------------|--------------------------|-----|----|
| Schema 标记部署 | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 页面速度优化      | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 移动端适配       | <input type="checkbox"/> |     |    |
| Sitemap 提交  | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 收录监测        | <input type="checkbox"/> |     |    |

信源建设阶段：

| 检查项    | 状态                       | 负责人 | 备注 |
|--------|--------------------------|-----|----|
| 百科词条建设 | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 权威媒体发布 | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 行业平台入驻 | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 专家背书获取 | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 协会认证申请 | <input type="checkbox"/> |     |    |

监测优化阶段：

| 检查项     | 状态                       | 负责人 | 备注 |
|---------|--------------------------|-----|----|
| AI 引用监测 | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 竞品动态追踪  | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 效果数据分析  | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 策略迭代优化  | <input type="checkbox"/> |     |    |
| 报告输出    | <input type="checkbox"/> |     |    |

附录 C： GEO 项目立项书模板

甲方 GEO 招标核心看重维度：

| 维度分类 | 核心子维度           | 甲方看重点                                | 标书体现要求                                  | 乙方投标解读                                     |
|------|-----------------|--------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------|
| 策略能力 | 对AI搜索生态的理解深度    | 乙方是否理解不同AI平台的算法偏好、信誉引用权重和内容呈现逻辑的差异   | 要求乙方分析行业AI搜索现状，提出针对不同平台的差异化策略，而非千篇一律的方案 | 不要只讲SEO老一套，要能说出不同平台的内容偏好洞察，并给出对应策略         |
| 实操能力 | 体系化的内容资产构建与执行能力 | 能否系统化搭建六类正面内容资产库，有清晰的执行SOP和内容翻新/保鲜机制 | 要求提供内容规划、六类内容资产库、关键词分类策略、防止内容排名下降的方法    | 展示完整的执行闭环，拿出内容模板、标签体系、更新日历，证明工业化生产能力       |
| 结果导向 | 科学量化的KPI与结算体系   | 甲方需要清晰GEO效果指标，愿意为结果付费，而非单纯的发布量       | 标书有详细KPI定义、计算公式，或基础服务费+效果服务费的阶梯结算模式     | 细化KPI，主动提出部分费用与KPI达成率挂钩，准备第三方监测对接方案        |
| 防御能力 | 专业的NV舆情管理       | GEO不仅做正面，更要能防御压制NV，看事处理高权重媒体、顽固NV的能力 | 标书会明确舆情管理相关要求，包括NV监测与处置能力               | 展示舆情监测系统、分级响应标准、顽固NV处理方案，拉开与普通SEO公司的差距     |
| 信任基础 | 公司资质、团队配置与财务合规性 | 公司规模、过往行业成功案例、核心团队稳定性、是否接受账期和反贪腐条款   | 标书有供应商资质要求，需提供案例、财报、信用证明，必须签署廉洁投标承诺书    | 按要求提供所有资质，案例脱敏但真实，用数据展示优化前后效果，明确接受账期和反贪腐条款 |

图 1：核心维度

投标方标书应对核心策略：

| 对应核心维度         | 投标避坑要点                            | 正确应对策略                                                             |
|----------------|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 策略能力（AI搜索生态理解） | 避免提交通用GEO方案，只讲写文章、发文章，无差异化洞察      | 开篇做AI搜索生态洞察，制作平台对比表，分析不同平台内容偏好、信源类型、呈现形式，提出一平台一策略的差异化打法            |
| 实操能力（内容资产构建）   | 避免空洞宣称有强大的内容创作团队，无实际可落地的执行方案      | 展示内容工厂流水线，给出清晰的SOP流程图，提供针对品牌的高质量范文，重点展示内容保鲜机制                      |
| KPI与结算体系       | 避免对甲方提出的KPI表示难以达成、需要加钱，无结果导向的合作模式 | 明确表示认同结果导向的考核结算模式，主动提出基础服务费+效果服务费的报价模型，清晰列出KPI权重和阶梯计算公式            |
| 资质与信任建设        | 避免仅在最后一页随便附上模糊的案例截图，无完整的资质与团队展示   | 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，写清核心成员过往项目与角色，明确标注接受账期和廉洁承诺书 |

图 1：核心策略

GEO 项目招标书标准目录：

| 章节分类 | 一级目录          | 二级核心目录                                                                           |
|------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 第一章  | 招标公告/邀请函      | 项目名称与背景<br>项目目标概述；<br>投标人资格要求<br>招标文件获取与投标截止时间<br>投标方式<br>招标联系人、监督人及联系方式         |
| 第二章  | 投标人须知         | 投标费用<br>投标文件构成<br>评标方法<br>废标条款                                                   |
| 第三章  | 项目需求与技术规范（核心） | 服务范围<br>GEO策略与执行要求<br>效果监测与KPI考核（核心）<br>舆情管理与品牌安全                                |
| 第四章  | 投标人资质与团队要求    | 基本资质<br>行业经验<br>项目团队<br>财务与合规                                                    |
| 第五章  | 投标文件格式        | 投标函<br>报价一览表及明细表<br>技术方案<br>团队配置表<br>过往案例一览表<br>供应商资质证明文件<br>廉洁投标承诺书<br>技术/商务偏离表 |
| 第六章  | 合同主要条款        | 服务期限与范围<br>付款方式<br>验收标准<br>违约责任<br>保密与知识产权条款<br>反商业贿赂条款                          |

图 1：招标书标准目录

# 附录 D：参考文献与数据来源

## 一、学术文献

1. 普林斯顿大学 KDD 2024 论文《GEO 策略对 AI 可见度的影响》
2. 《RAG 机制研究综述》，2025
3. 《多模态内容在 AI 引用中的权重研究》，2025
4. 《AI 搜索用户行为与信任度研究》，2025
5. 《生成式 AI 对消费决策影响机制研究》，2025
6. 《语义检索与向量化技术前沿》，2025
7. 中国互联网协会《2025 年 GEO 市场白皮书》
8. IDC《2026 全球生成式搜索市场白皮书》
9. Gartner《2026 年搜索市场预测报告》
10. Gartner《AI 搜索与生成式引擎营销技术成熟度曲线》，2024
11. Conductor《2026 Q1 搜索市场报告》
12. Semrush Sensor《2026 年搜索趋势报告》
13. 中国信通院《2025 生成式引擎优化产业白皮书》
14. 中国信通院《生成式引擎优化（GEO）可信基本要求》评测报告
15. CNNIC《第 54 次中国互联网络发展状况统计报告》（2025 年）
16. 中国互联网协会《中国 AI 搜索发展白皮书》（2026 年）

## 三、行业与平台数据

17. 知乎研究院《AI 驱动消费决策 | 营销变革白皮书》（2025 年 Q2）
18. 百度《2025 全球 GEO 市场白皮书》
19. 百度官方数据：百度搜索富媒体覆盖率（2026 年）
20. 百度指数、微信指数、巨量算数平台公开数据
21. Google AI Overviews 覆盖率数据（2026 Q1）
22. ChatGPT 周活数据（OpenAI 官方，2026 年）
23. 国内 AI 平台月活数据（QuestMobile，2026 年）
24. 各 AI 平台官方发布的技术文档与 API 说明
25. 腾讯云 2026 年私域运营调研数据
26. 《2026 趋势报告》
27. 《2026 中国 AI 营销技术蓝皮书》四、政策法规与标准文件
28. 《生成式人工智能服务管理暂行办法》（国家网信办等七部门，2023 年）
29. 《数据安全法》（2021 年）
30. 《个人信息保护法》（2021 年）
31. 《人工智能生成合成内容标识办法》（2025 年）
32. 生成式引擎优化（GEO）行业自律公约（2026 年 3 月 14 日）
33. 中国广告协会《GEO 标准化建设方案》（2026 年）
34. 中国商务广告协会 AI 营销应用工作委员会《生成引擎优化（GEO）团体标准》
35. 每日经济新闻联合权威机构《财经领域 GEO 优化标准》

36. 今立智能《2026 GEO 优化产品与服务标准白皮书》
37. 新华 GEO 优化智能体平台发布资料五、国际参考
38. Google AI Overviews 技术文档与算法更新说明
39. Microsoft Copilot/Bing AI 搜索官方资料
40. OpenAI GPT-4o 技术报告与搜索功能说明
41. Perplexity.ai 平台引用机制说明
42. Anthropic Claude 3 长文本处理技术文档
43. xAI Grok 实时信息检索技术说明
44. 欧盟 GDPR 合规指南（AI 内容生成部分）六、媒体与智库
45. 新京报《2025 年中国 GEO 市场规模专题报道》
46. 澎湃新闻《AI 驱动消费决策专题》
47. 36 氪《GEO 行业深度分析》
48. 机器之心《生成式引擎优化技术解读》
49. 界面新闻《AI 搜索流量迁移专题》
50. 钛媒体《GEO 服务商生态分析》七、玫瑰互动 GEO 标准体系与出版物
51. 玫瑰互动《生成式引擎优化（GEO 优化）白皮书 2025 版》（QB/RoseMarketing GEO 优化 1J-2025）
52. 玫瑰互动《生成式引擎优化（GEO 优化）从业者考试试题 100 题》（QB/RoseMarketing GEO 优化 2J-2026）

53. 玫瑰互动《生成式引擎优化（GEO 优化）商用标准》（QB/Z/RoseMarketing GEO 优化 3J-2026）
  54. 玫瑰互动《生成式引擎优化（GEO 优化）企业标准》（QB/T/RoseMarketing GEO 优化 4J-2026）
  55. 玫瑰互动《生成式引擎优化（GEO 优化）实战指南》（QB/Z/RoseMarketing GEO 优化 5J-2026）
  56. 玫瑰互动《生成式引擎优化（GEO 优化）白皮书 2026 版》（QB/RoseMarketing GEO 优化 6J-2026）
- 八、内部研究与方法论
57. 玫瑰互动内部研究数据（2024-2026 年）
  58. 何亚涛 GEO 优化实战团队案例库（累计服务客户数据）
  59. DataAsset GEO 架构研究数据
  60. 玫瑰互动 GEO 监测平台匿名化统计数据
  61. 玫瑰互动与 20 大 AI 平台适配测试数据
- 九、数据来源说明
- 市场规模数据：综合中国互联网协会、中国信通院、IDC、Gartner、新京报、百度等多机构数据，标注了不同统计口径
  - 用户行为数据：主要来自 CNNIC、知乎研究院、百度指数、各平台官方披露
  - AI 平台数据：来自各平台官方公布、QuestMobile、SimilarWeb 等第三方监测
  - 效果验证数据：来自玫瑰互动内部客户案例、学术研究论文、行业白皮书
  - 政策法规数据：来自国家相关部门官方文件、行业协会标准文件

声明：本白皮书引用的第三方数据均已标注来源，版权归作者所有。部分内部数据经过匿名化处理，不涉及具体客户隐私。市场预测数据存在不确定性，实际发展可能与预测存在偏差。

---

## 版权声明：

本灰皮书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。本灰皮书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 1: 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: 本灰皮书将定期更新, 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:

感谢高廪智库对本灰皮书的指导和支持。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. 本灰皮书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，本灰皮书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. 本灰皮书不构成投资建议
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. 灰皮书内容仅供参考，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，擅自根据灰皮书内容采取行动，因此导致的决策和优化损失，本运营方概不负责。