

GEO 优化实战参考指南

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·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



何彦涛

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。

文档涵盖 9 大核心板块：

1. 确认优化目标
2. 找出问题
3. 现状分析
4. 制定优化计划
5. 搭建优化工具库
6. 知识库搭建
7. 内容优化
8. 技术优化
9. 数据分析、监测、改进形成闭环

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

- 引言 3
- 摘要 4
- 目录 5
- 1. 确认优化目标 9
 - 1.1 目标设定原则 9
 - 1.2 目标分层设定 10
 - 1.3 目标设定示例 11
 - 示例：某金融科技公司 GEO 目标 11
- 2. 找出问题 12
 - 2.1 诊断目标 12
 - 2.2 诊断指标体系 12
 - 2.3 诊断维度 13
 - 2.4 多平台实测方法 13
- 3. 现状分析 14
 - 3.1 数据分析指标体系 14
 - 3.2 数据分析 14
 - 3.2.1 数据分析指标体系 14
 - 3.2.2 数据分析方法 15

3.3.3 数据分析工具	16
4. 制定优化计划	19
4.1 平台匹配策略（通用框架）	19
4.2 核心策略逻辑	20
5. 搭建优化工具库	21
5.1 工具库概述	21
5.2 工具库详细清单	21
5.2.1 内容生产提效工具	21
5.2.2 语义与关键词优化工具	22
5.2.3 数据验证与结构化工具	23
5.2.4 数据分析工具	24
5.3 行动建议	26
5.3.1 GEO 执行落地路径（八步法）	26
5.4 工具选型建议对照表	27
5.5 工具库编制说明	27
6. 知识库搭建	28
6.1 知识库搭建步骤	28
6.2 知识库管理工具	28
7. 内容优化	29

7.1 推理内容制作流程.....	29
7.2 内容类型与制作方法	29
7.3 内容质量检查清单.....	29
7.4 投放渠道选择.....	30
7.5 投放策略	30
7.6 投放后优化动作.....	31
8. 技术优化	32
8.1 DataAsset GEO.....	32
8.2 结构化数据部署.....	32
8.3 平台差异化适配.....	37
8.4 内容质量的 E-E-A-T 标准	38
8.5 验收考核与 KPI 体系	39
9. 数据分析、监测、改进形成闭环.....	39
9.1 本品监测	39
9.2 竞品监测	40
9.3 闭环优化流程.....	40
9.4 监测报告模板.....	40
版权声明:	41
编写团队:	42

联系方式:	42
发布日期:	42
版本: V1.0	43
致谢:	43
免责声明:	43

1. 确认优化目标

1.1 目标设定原则

SMART 原则：

原则	含义	应用示例
S - Specific (具体)	明确优化哪个品牌、哪些提示词、哪些平台	针对 “GEO 优化” 关键词，优化豆包和 DeepSeek 平台
M - Measurable (可衡量)	设定可量化的 KPI	AI 引用率提升 20%，覆盖 5 个平台
A - Achievable (可实现)	根据预算和资源设定合理目标	基于现有团队规模，优先覆盖核心 3 个平台
R - Relevant (相关)	目标与业务目标一致	提升品牌在 AI 搜索中的曝光，带动官网流量
T - Time-bound (有时限)	设定明确的时间节点	3 个月内完成第一阶段目标

1.2 目标分层设定



图示：KPI 考核维度：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	考核维度	关键词	提示词	指令词	命令词	问题词	Prompt	搜索词
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							
	多模态	3		5	出图小标题	1	3	3	3	3	3	3	3
				6	出图表格	1							
				7	出图图片	1							
				8	出图视频	1							
		4	篇幅率	9	本品篇幅超过30%	0							
				10	本品篇幅超过50%	1							

图示：KPI 考核维度：智能问答

GEO KPI考核维度：原生APP

玫瑰互动

Rose Marketing

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	触点	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	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							
				129	出现小标题	1							
		5	多模态	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							

图示：KPI 考核维度：原生 APP

1.3 目标设定示例

示例：某金融科技公司 GEO 目标

阶段	时间	目标	KPI
启动期	第 1 个月	完成现状诊断和方案制定	诊断报告完成率 100%
基础建设	第 2-3 个月	核心提示词覆盖，基础内容建设	引用率提升 20%，覆盖 5 个平台
放量优化	第 4-6 个月	扩大覆盖，提升引用质量	引用率提升 50%，Top3 占位率 50%
巩固提升	第 7-12 个月	建立行业权威地位	行业引用率 Top3，ROI 1:10

2. 找出问题

2.1 诊断目标

系统性评估品牌在 6 大 AI 原生 APP 中的品牌搜索资产与行业词露出表现, 识别优势业务与薄弱环节, 为 GEO 内容优化提供数据依据。

2.2 诊断指标体系

指标	说明	行业参考值
品牌推荐率	目标 Prompt 中品牌被提及占比	头部品牌 45%-55%
前三推荐率	品牌进入 AI 推荐 TOP3 的占比	头部品牌 30%-50%
置顶推荐率	品牌被 AI 置顶推荐的占比	头部品牌 15%-25%
内容引用率	品牌内容被 AI 引用的占比	头部品牌 45%-55%
情感正向率	品牌提及中正向语义占比	健康品牌≥70%

2.3 诊断维度

维度	说明
品牌词	品牌及竞品品牌词，用于品牌情感倾向分析
产品词	品牌及竞品产品词，用于产品情感倾向分析
行业词	覆盖各业务线，用于行业词露出 SOV 分析

2.4 多平台实测方法

覆盖平台：豆包、DeepSeek、文心一言、Kimi、元宝、千问等

提示词数量：7 大词包、56 个提示词、1000+种问法变体

记录指标：品牌提及率、前三推荐率、置顶推荐率、情感倾向、内容引用率

国内外AI GEO优化平台一览表

表1							
国内常规AI平台 (20个)	分类	序号	平台	名称	所属公司	AI大模型	优先级
	AI原生APP (8个)	1		豆包	字节跳动	豆包大模型	★★★★★
		2		DeepSeek 深度求索		DeepSeek-V3 DeepSeek-R1	★★★★★
		3		腾讯元宝	腾讯	混元大模型	★★★★★
		4		千问	阿里	通义大模型	★★★★★
		5		文心	百度	文心大模型	★★★★★
		6		纳米AI	360	多模型集成	★★★★★
		7		Kimi	月之暗面	Kimi大模型	★★★★★
		8		点点	小红书	珠玑大模型	★★★★★
	AI智能问答 (12个)	9		百度AI问答	百度	文心大模型	★★★★★
		10		微信AI问答	腾讯	混元大模型	★★★★★
		11		小红书搜搜	小红书	珠玑大模型	★★★★★
		12		抖音AI问答	字节跳动	豆包大模型	★★★★★
		13		微博AI问答	微博	知微大模型	★★★★★
		14		知乎AI问答	知乎	知海图AI大模型	★★★★★
		15		头条AI问答	字节跳动	豆包大模型	★★★★★
		16		搜狗AI问答	搜狗	混元大模型	★★★★★
		17		评论罗格特	微博	知微大模型	★★★★★
		18		快手AI问答	快手	可灵大模型	★★★★★
		19		B站搜索AI助手	B站	Index-1.98系列大模型	★★★★★
		20		360AI问答	360	多模型集成	★★★★★

表2							
国外常规AI平台 (12个)	分类	序号	平台	名称	所属公司	AI大模型	优先级
	AI原生APP (4个)	1		OpenAI助手工具: ChatGPT	OpenAI	GPT-4o	★★★★★
		2		Claude	Anthropic	Claude 3	★★★★★
		3		Gemini	Google	Gemini 2.5	★★★★★
		4		Grok	xAI	Grok-2 / Grok-3	★★★★★
	AI智能问答 (8个)	5		谷歌AI搜索工具: AI Mode	Google	Gemini 2.5	★★★★★
		6		微软AI搜索工具: New Bing	Microsoft	GPT-4o	★★★★★
		7		微软AI助手工具: Copilot	Microsoft	GPT-4o	★★★★★
		8		俄罗斯Yandex AI搜索工具: Yandex AI	Yandex	YaLM	★★★★★
		9		Meta AI助手工具: Meta AI	Meta Platforms (原 Facebook)	Llama 3	★★★★★
		10		YouTube AI工具: YouChat	Google (YouTube母公司)	基于YouTube自研模型 + Google Gemini	★★★★★
		11		Twitter (X平台) AI工具: TweetGrok (X平台Grok)	xAI (Elon Musk旗下)	Grok-4	★★★★★
		12		TikTok AI工具	字节跳动 (ByteDance)	Tako	★★★★★

图示：KPI 考核维度：原生 APP

3. 现状分析

3.1 数据分析指标体系

指标类型	具体指标	说明
过程指标	内容产出量（篇/月）、发布平台数、收录率、内容原创度	衡量执行效率
效果指标	AI 引用次数（次/月）、引用位置（前 3 位占比）、覆盖平台数、引用准确度	衡量 GEO 效果
业务指标	品牌搜索量变化、官网流量变化、线索量变化、转化率变化	衡量商业价值

3.2 数据分析

3.2.1 数据分析指标体系

过程指标：

- 内容产出量（篇/月）
- 发布平台数
- 收录率
- 内容原创度

效果指标：

- AI 引用次数 (次/月)
- 引用位置 (前 3 位占比)
- 覆盖平台数
- 引用准确度

业务指标:

- 品牌搜索量变化
- 官网流量变化
- 线索量变化
- 转化率变化

3.2.2 数据分析方法

- 趋势分析:
- 环比分析 (与上月对比)
- 同比分析 (与去年同期对比)
- 预测趋势 (基于历史数据)
- 对比分析:
- 本品 vs 竞品 (引用率、覆盖平台)
- 不同平台效果对比 (豆包 vs DeepSeek)
- 不同内容类型效果对比 (FAQ vs 文章)
- 归因分析:
- 识别效果提升的关键因素

- 识别效果下降的原因
- 优化资源配置

3.3.3 数据分析工具

国内常用工具：

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

海外 AI 监测平台 (GEO 专项工具)：

平台	核心功能	适用场景
Otterly.AI	专注 AI 驱动搜索平台 (ChatGPT/Google Bard/Bing Copilot) 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
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
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
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
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
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
Promptwatch	专注 AI 提示词 (prompt) 监测优化, 效果评估+	AI 内容创作者优化提示词、

平台	核心功能	适用场景
	对比分析+趋势洞察，分析提示词与 AI 输出结果关联	AI 开发者调试模型、营销人员获取精准营销文案
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：

- 玫瑰互动 GEO 监测平台 AI 引用监测、竞品分析 GEO 效果监测
- 百度统计网站流量分析流量监测
- Google Analytics 网站流量分析海外流量监测
- 百度指数品牌搜索趋势品牌监测
- Excel/Python 数据处理、可视化自定义分析

4. 制定优化计划

4.1 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	DeepSeek、千问、文心	豆包	Kimi
基础设施/B2B	企业 IT/技术负责人	DeepSeek、Kimi、千问	文心、元宝	豆包
方案服务/B2B	CIO/CTO/IT 管理者	DeepSeek、千问、Kimi	元宝	文心
中小企业	企业主/采购决策者	元宝、千问、文心	豆包	DeepSeek
消费业务/C 端	个人消费者	豆包、元宝、千问、文心	Kimi	DeepSeek
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

业务类型	核心策略	匹配原因
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
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
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
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
消费业务	场景种草+社交裂变+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
品牌公关	全平台声量覆盖+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

5. 搭建优化工具库

5.1 工具库概述

在生成式引擎优化（Generative Engine Optimization, 简称 GEO）中，内容质量与结构化的数据交互能力是核心。一个成熟的 GEO 工具库能帮助团队实现从“内容生产”到“智能分发”的全链路提效。

本工具库分为四大模块：内容生产提效工具、语义与关键词优化工具、数据验证与结构化工具、监控与迭代分析工具。

5.2 工具库详细清单

5.2.1 内容生产提效工具

聚焦：快速生成符合 GEO 模型的高质量原始内容

工具类型	推荐工具/方法	核心功能	GEO 应用场景
AI 辅助写作	ChatGPT-4o / Claude 3.5 / Kimi	长文本生成、多轮对话优化、 逻辑推理	生成位置分析报告、行业白皮书初稿、多语言本地化内容
结构化生成	文心一言 / 智谱清言	表格、列表、FAQ、步骤图 生成	将复杂数据转化为 AI 易于抓取的结构化问答
多模态生产	Midjourney / DALL-E 3 / 剪映	地图可视化、示意图、短视频生成	为 GEO 内容配图，生成数据对比图、趋势图

5.2.2 语义与关键词优化工具

聚焦：让内容“读懂”用户意图和大模型偏好

工具类型	推荐工具/方法	核心功能	GEO 应用场景
语义扩展	Semrush / Ahrefs	提取 LSI 词、实体关联、问题词根	围绕核心话题拓展深度语义
实体标注	Google Natural Language API	识别文本中的地点、时间、数值、事件	确保 AI 准确理解关键地理实体
提示词工程	PromptPerfect / 自建 Prompt 库	优化向大模型提问的方式	预设指令模板, 统一输出风格

5.2.3 数据验证与结构化工具

聚焦：确保内容被大模型正确解析和引用

工具类型	推荐工具/方法	核心功能	GEO 应用场景
Schema 标记	Schema.org / 谷歌结构化数据测试工具	添加坐标、地址、评价、事件标记	让 AI 直接读取关键数值
JSON/CSV 处理	Python (Pandas) / 在线转换工具	表格数据清洗、格式转换	将数据转为 AI 优先读取的 JSON-LD 格式
可读性测试	Hemingway Editor / Readable	评估句子长度、被动语态	降低内容复杂度，提升 AI 理解准确率

5.2.4 数据分析工具

国内常用工具：

工具	功能	适用场景	实际测试
玫瑰互动 GEO 监测平台	AI 引用监测、竞品分析	GEO 效果监测	可真实监测 GEO 效果
巨推广告	AI 引用监测、竞品分析	GEO 效果监测	
百度统计	网站流量分析	流量监测	可作为 GEO 优化辅助工具使用
百度指数	品牌搜索趋势	品牌监测	
微信指数	社交热度	社交监测	
巨量算数	抖音趋势	短视频监测	
站长之家	官网可见性	官网 GEO	
5118	官网可见性	官网 GEO	
其他监测工具	-	-	

海外 AI 监测平台（GEO 专项工具）：

平台	核心功能	适用场景
Otterly.AI	专注 AI 驱动搜索平台（ChatGPT/Google Bard/Bing Copilot）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
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
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
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
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
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	AI 研发性能监测、应用管理、投资决策、行业监管

平台	核心功能	适用场景
	与市场动态	
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
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：

- 玫瑰互动 GEO 监测平台 AI 引用监测、竞品分析 GEO 效果监测
- 百度统计网站流量分析流量监测
- Google Analytics 网站流量分析海外流量监测
- 百度指数品牌搜索趋势品牌监测
- Excel/Python 数据处理、可视化自定义分析

5.3 行动建议

5.3.1 GEO 执行落地路径（八步法）

- GEO 监测与行业洞察
- 关键词与 Prompt 生态构建

- Prompt 解析与意图识别
- AI 回答分析与品牌缺口识别
- 引用来源分析
- 引用内容解析
- GEO 内容创作与分发
- 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。

5.4 工具选型建议对照表

团队规模	推荐方案	预估月成本	适用场景
初创/小团队 (1-3 人)	Kimi + 文心一言 + 免费 Schema 工具	0-500 元	内容量小, 以人工优 化为主
中型团队 (4-10 人)	ChatGPT-4o + Semrush + Python 脚本	1500-4000 元	需要系统化 GEO 内 容生产
大型企业 (10 人 以上)	上述全部 + 自建 Prompt 库 + 品牌监测	5000 元以上	多品牌、多语种、高 精度要求

5.5 工具库编制说明

本工具库清单基于当前主流大模型（GPT-4o、Claude、文心一言、豆包等）的检索与理解特征整理，建议每季度根据大模型更新情况复审调优。

6. 知识库搭建

6.1 知识库搭建步骤

步骤	名称	核心工作
Step 1	确定知识范围	品牌知识、行业知识、用户知识
Step 2	收集现有资料	官网内容、宣传材料、行业报告、客户反馈
Step 3	内容加工	按 GEO 标准改写（结构化、语义化、权威化）
Step 4	建立分类体系	按主题/平台/优先级分类
Step 5	建立更新机制	定期更新、明确责任人、审核流程

6.2 知识库管理工具

工具	功能	推荐度
Notion	知识库管理	★★★★★
飞书文档	团队协作	★★★★★
Confluence	企业知识库	★★★★☆
语雀	中文知识库	★★★★☆

7. 内容优化

7.1 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

7.2 内容类型与制作方法

内容类型	格式要求	长度	核心要点
FAQ 问答	问题 (H2) + 答案	300-800 字	直接回答、数据支撑、引用来源
深度文章	引言+正文+结论	1500-3000 字	信息增量、逻辑严密、原创观点
数据报告	摘要+数据+分析+结论	2000-5000 字	数据准确、图表丰富、来源标注
案例研究	背景+挑战+方案+结果	1000-2000 字	真实可验证、数据量化、客户背书

7.3 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

7.4 投放渠道选择

渠道类型	具体渠道	适用内容	特点
自媒体	公众号、百家号、知乎	深度文章	可控性强
社交媒体	微博、抖音、小红书	短视频、图文	传播力强
行业平台	行业垂直网站	专业内容	精准触达
百科平台	百度百科、搜狗百科	词条	权威背书
官网	品牌官网	全类型	品牌主场

7.5 投放策略

核心内容多平台分发：

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

发布时机优化：

平台	最佳发布时间
豆包	晚上 8-10 点
知乎	工作时间
公众号	早上 7-9 点、晚上 8-10 点

7.6 投放后优化动作

问题	优化动作
未收录内容	检查技术问题、重新提交、优化内容质量
低引用内容	优化内容结构、增强信息增益、补充权威来源
错误引用	及时纠正、提交反馈、发布权威内容覆盖

8. 技术优化

8.1 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）

核心定义

DataAsset GEO™（数据资产式储存与调用，达成品牌 AI 资产化、长期价值）是一套以品牌数据资产化为核心、通过多格式内容投喂与结构化数据库调用实现品牌在 AI 搜索结果中持续获得优先推荐的技术体系。其最终目标是达成品牌 AI 资产化与长期价值积累——让品牌的每一次内容产出、每一份存量资产都转化为 AI 可识别、可引用、可推荐的“数字资产”，并在 AI 搜索生态中持续增值。

核心理念：数据资产化，而非一次性投放

传统的 GEO 或 SEO 思维往往聚焦于“今天发一篇内容，看看明天 AI 会不会引用”。这种方式投入大、效果波动、资产流失严重。DataAsset GEO™ 的核心理念在于：将品牌所有可被 AI 利用的信息（文本、Markdown、代码、PDF、新闻链接、官网内容、电商数据等）视为可长期存储、反复调用、持续增值的数据资产，并通过系统化的架构将其“存入”品牌专属的知识体系中，让 AI 在回答用户问题时主动从该资产库中调取信息。

通俗理解：别的做法像是在 AI 面前举一次广告牌，举完就收走；DataAsset GEO™ 像是在 AI 的“知识银行”里开了一个品牌专属账户，不断存入高质量信息，AI 每次做决策都会优先从这个账户里取钱（信息）。

DataAsset GEO™ 四步闭环

- 该方法论可概括为四个连续动作，形成从资产采集到资产增值的完整闭环：

采集 → 封装 → 投喂 → 监测 ↑ ↓ 再优化

- 第一步：全格式数字资产采集，采集范围涵盖 AI 模型优先消费的所有格式：

文本类：官网产品介绍、技术白皮书、新闻稿、行业报告、FAQ

标记类：Markdown 文档、代码注释、结构化配置文件

数据类：产品参数表、电商评价数据、用户案例结构化字段

链接类：品牌历史新闻链接、权威媒体引用链接、第三方认证链接

关键动作：识别品牌已有但尚未被 AI 有效利用的“沉睡资产”（例如老新闻稿、过期的技术文档、散落的客户案例），将其从各个业务系统中统一归集。

- 第二步：结构化封装与语义映射，原始采集的内容 AI 读不懂或读不准，需要进行两层加工：

➤ 格式封装

将非结构化内容转换为 JSON-LD、Schema.org 语义标记、XML 站点地图等 AI 优先解析格式

针对不同 AI 平台（DeepSeek、豆包、文心一言、Kimi 等）的偏好，生成对应格式的适配版本

➤ 语义映射

建立品牌实体（产品名、成分、技术术语）与行业知识图谱的关联

例如：将“某品牌益生菌”连接到“肠道健康”“免疫力提升”等 AI 知识节点上，确保当用户问“吃什么对肠道好”时，品牌信息出现在 AI 的候选答案中

产出一项关键资产：品牌专属的语义字典——明确哪些词、哪些关系是 AI 检索时应该与品牌绑定的。

- 第三步：可持续投喂与数据库调用

这是 DataAsset GEO™ 区别于普通 GEO 的核心环节。投喂分为两条路径：

路径 A：主动投喂（新内容）

每周/每月产生新的高质量内容（新闻、案例、科普），经过封装后主动提交到主流 AI 平台的数据接入接口或通过检索增强生成（RAG）管道注入利用数据库提交机制（如向量数据库的 upsert 操作），持续更新品牌的知识切片

路径 B：被动调用（存量资产+数据库搭建）

将品牌自有的数据库（官网 CMS、电商后台、新闻库）与 AI 检索系统打通，使 AI 在回答问题时能够实时查询品牌的权威数据源

构建轻量级的品牌知识库（可托管于向量数据库如 Milvus、Pinecone 或云服务商的 RAG 方案），存储所有已封装的资产切片

关键原则：不要只依赖 AI 训练数据中的“历史记忆”，而要建立 AI 可以实时检索的品牌数据库。

这样即使品牌刚发布 1 小时的新新闻，也能在 AI 回答中被引用。

- 第四步：引用监测与资产再优化

通过技术手段追踪品牌信息在各主流 AI 平台上的表现：

引用率监测：品牌内容在 AI 答案中出现的频次

推荐优先级监测：品牌被排在第几位（AI 的答案通常按置信度排序）

表述准确性监测：AI 引用的信息是否准确，有无歪曲或遗漏

基于监测数据，形成优化闭环：

引用率低 → 检查封装格式是否合规、语义映射是否精准

推荐位靠后 → 增加权威信源背书、补充统计数据或实证案例

表述错误 → 修正原始资产中的模糊表述，重新投喂

与传统 SEO 及普通 GEO 的区别

维度	传统 SEO	普通 GEO	DataAsset GEO™
核心目标	网页排名	AI 引用	品牌 AI 资产化+长期增值
内容策略	新内容驱动	新内容驱动	新内容+存量资产复用
数据基础	无	单一内容投放	品牌自有数据库+持续投喂
操作方式	关键词优化、外链	单次内容适配	多格式封装+数据库调用
效果周期	周/月级	天级	实时+长期累积
资产归属	无（排名即用即弃）	无（引用即用即弃）	有（品牌专属资产库）
核心竞争	外链权重	内容质量	数据资产的完整性+调用效

维度

传统 SEO

普通 GEO

DataAsset GEO™

力

率

8.2 结构化数据部署

核心 Schema 类型及用途：

序号	Schema 类型	用途	部署页面
1	Organization	企业信息	首页
2	Person	人物信息	关于我们
3	Product	产品信息	产品页
4	FAQPage	FAQ 内容	FAQ 页
5	Article	文章信息	文章页
6	Review	评价信息	评价页

部署方法：

- 选择适合的 Schema 类型
- 使用 JSON-LD 格式嵌入页面
- 通过 Rich Results Test 验证
- 定期检查和更新标记

8.3 平台差异化适配

国内 AI 平台适配策略：

平台	内容偏好	GEO 适配重点	最佳发布时间
豆包	娱乐化、轻松	口语化、短视频脚本	晚上 8-10 点
通义千问	商务、专业	结构化、表格	工作时间
DeepSeek	技术、深度	技术深度、数据支撑	工作时间
文心一言	权威、正式	权威信源、法规引用	全天均匀

8.4 内容质量的 E-E-A-T 标准

维度	权重	优化方向
Experience（经验）	25%	增加实操案例、数据积累
Expertise（专业）	25%	专家背书、专业资质
Authoritativeness（权威）	25%	百科建设、媒体报道
Trustworthiness（可信）	25%	标注来源、定期更新

8.5 验收考核与 KPI 体系

KPI	计算公式	短期目标	中期目标	长期目标
AI 引用率	品牌被引用次数/总查询次数×100%	提升 20%	提升 50%	行业 Top3
覆盖平台数	被引用的 AI 平台数量	3-5 个	8-10 个	全部主流平台
品牌可见度评分	频率 40%+位置 30%+准确度 20%+丰富度 10%	60 分	80 分	90 分+

9. 数据分析、监测、改进形成闭环

9.1 本品监测

维度	指标	监测频率	工具
收录	收录页面数、收录率	每周	站长平台
排名	AI 引用位置、Top3 占比	每周	GEO 监测平台
流量	官网流量、品牌搜索量	每日	百度统计、百度指数
转化	线索量、成交量、ROI	每周	CRM、财务系统

9.2 竞品监测

维度	指标	监测频率
收录	竞品收录页面数	每周
排名	竞品 AI 引用率、引用位置	每周
策略	竞品内容类型、发布平台	每月
动态	竞品新动作、新产品	每周

9.3 闭环优化流程

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

9.4 监测报告模板

周报核心内容：

- 本周 AI 引用数据 (次数、环比、覆盖平台数)
- 竞品动态
- 本周执行情况
- 问题与风险
- 下周计划

月报核心内容:

- 月度 KPI 达成情况
- AI 引用趋势图
- 平台分布分析
- 内容效果分析
- 竞品动态分析
- 下月优化计划

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、高瓴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。