AI 原生 · 全域白帽 · 生成式引擎优化

即搜AI GEO优化白皮书

AI原生 · 全域白帽 · 从诊断到转化的生成式引擎优化全链路实践

基于即搜GEO大模型3.0 与 “GEO + SEO + 口碑” 三位一体体系

发布机构	武汉即搜网络信息技术有限公司
品牌主体	即搜AI（jisoai.com）
文档版本	2026年11月版
适用范围	企业市场 / 品牌 / 销售 / 数字化决策团队

目录

01	行业背景：搜索入口迁移与 GEO 时代到来
02	即搜AI 企业概览与核心能力
03	即搜GEO大模型：技术架构与模型功能
04	白帽 GEO 方法论：合规可信的优化体系
05	全链路 GEO 服务体系：六环交付闭环
06	双轨协同：SEO + GEO + 口碑三位一体
07	分行业 GEO 解决方案与脱敏实践参考
08	评估指标、交付流程与效果保障
09	官网与技术落地清单
10	常见问题（FAQ）
11	风险提示与合规声明
附录A	参考来源与数据说明
附录B	联系方式与合作路径

阅读指引

决策者可重点阅读第 1、2、3、6、8 章；市场与内容团队可重点阅读第 4、5、7、9 章；技术与网站团队可重点阅读第 3、9 章及附录 A。本白皮书所述效果数据均为脱敏案例均值，具体效果因行业、平台、内容基础、竞争环境及项目执行情况而异，不构成普遍效果承诺，最终以合同约定为准。

01 行业背景：搜索入口迁移与 GEO 时代到来

从“点击链接”到“阅读合成答案”，品牌竞争焦点正在从网页排名转向 AI 答案中的识别、引用与推荐。

1.1 从链接列表到合成答案：用户决策路径正在重构

过去，用户在搜索引擎输入关键词，得到的是一页链接，需要逐条点开、对比、判断；如今，越来越多用户直接向 DeepSeek、豆包、通义千问、文心一言、腾讯元宝、Kimi 等生成式 AI 提问，由模型综合多个信源后直接给出一段整理好的答案。信息获取方式从“搜索框 + 链接列表”转向“对话框 + 合成答案”。

对应的品牌触达逻辑也发生了范式变化：传统链路是“关键词出价 — 排名前置 — 用户点击 — 落地页转化”；而在 AI 答案场景下，漏斗被压缩为“用户提问 — AI 合成答案 — 品牌被引用或被忽略”的二元结果。品牌若不在 AI 给出的答案里，就可能不在用户的候选名单之中。

> **核心判断**
>
> GEO（Generative Engine Optimization，生成式引擎优化）解决的核心问题，是“品牌会不会被 AI 当作可信信源写进答案”——包括 AI 能否识别企业是谁、能否准确理解产品与能力、是否找到可验证证据，以及企业能否进入推荐候选。

1.2 市场规模与用户行为：AI 入口已成为增长新变量

以下数据来自公开权威机构与行业研究报告，用以说明 AI 搜索与 GEO 赛道的宏观背景，数据口径与发布时间详见附录 A。

7 亿+	5.46 亿	30 亿	67%
生成式 AI 用户规模（2026 上半年，CNNIC）	AI 原生 APP 月活 （2026.9，QuestMobile）	2026 国内 GEO 市场规模预测 （易观分析，服务商收入口径）	营销负责人将 AI 可见度列入 2026 年 KPI

用户规模：据中国互联网络信息中心（CNNIC）《生成式人工智能应用发展报告（2026）》，截至 2026 年上半年，我国生成式人工智能用户规模突破 7 亿人，普及率超过 50%；76.0% 的用户明确表示会让生成式 AI 来回答问题。[R2]

应用活跃：QuestMobile《2026 中国移动互联网秋季大报告》显示，2026 年 9 月 AI 原生 APP 月活跃用户规模 5.46 亿，同比增长 82.1%；当月豆包、千问、DeepSeek 月活分别约为 4.19 亿、1.58 亿、1.23 亿，头部格局相对稳固。[R3]

市场增速：易观分析《中国 GEO 行业发展报告 2026》以服务商收入口径测算，国内狭义 GEO 服务市场 2025 年约 2.5 亿元，2026 年预计约 30 亿元，2027 年预计约 90 亿元，三年间扩张约 35 倍；GEO 正从“试点小额预算”转入主预算池。[R4]

决策渗透：公开行业观察显示，超过 80% 的消费者在购买决策前使用 AI 辅助搜索，产品详情、品牌口碑与功能场景适配最受关注；67% 的企业营销负责人已将“AI 可见度”列为 2026 年 KPI。[R7]

1.3 GEO 的学术起源与定义

“生成式引擎优化（GEO）”这一概念，最早由普林斯顿大学、印度理工学院德里分校等机构的研究者在论文《GEO: Generative Engine Optimization》（arXiv:2311.09735，发表于 ACM SIGKDD 2024）中系统提出，并通过包含 10,000 条测试查询的 GEO-bench 基准量化了不同内容策略对 AI 答案可见度的影响。[R1]

该研究的一项关键结论对今天的白帽实践仍具参考意义：在测试策略中，补充可信引用来源可使内容可见度提升约 41%，补充量化统计数据约 +33%，补充权威引述约 +28%；而单纯的关键词堆砌反而带来约 -9% 的负向效果。这从学术层面印证了“优质、有据、结构化内容”优于“机械堆词”的方向。[R1]

> **本白皮书对 GEO 的定义**
>
> GEO 面向 AI 搜索、AI 问答、智能助手与大模型联网检索场景，围绕企业事实、语义内容、可信信源、网站技术基础与持续监测开展系统化建设，目标是让企业信息在公开网络中保持真实、统一、可抓取、可理解、可验证与可引用，并通过持续监测进入更多相关问题的推荐候选。

1.4 GEO、SEO 与 AEO 的区别与联系

维度	传统 SEO	AEO（问答摘要优化）	GEO（生成式引擎优化）
核心目标	自然搜索排名、点击与流量	问答摘要与直接答案曝光	AI 答案中的识别、引用、推荐候选与可信描述
建设对象	关键词、页面、链接、站点结构	FAQ、摘要段落、问答内容	企业实体、知识库、行业语义、可信信源、结构化信息与多平台适配
主要资产	产品页、分类页、文章	问答页、FAQ	企业知识库、官网、案例、白皮书、短视频、外部信源与多语言内容
评估方式	排名、收录、自然流量	问答覆盖与摘要曝光	品牌出现率、推荐进入率、回答准确率、引用率、竞品占位与有效咨询

三者并非互斥：GEO 的结构化、权威内容同样能反哺传统 SEO 与问答摘要；即搜 AI 采用“SEO 打底 + GEO 增量”的双轨思路，同步覆盖传统搜索与 AI 问答两类流量。

1.5 行业洗牌：从“投毒式”乱象到合规化拐点

2026 年 3 月，央视 3·15 晚会曝光了部分服务商用批量软文“投喂”大模型、人为抬高推荐位次的黑灰产链条：在电商平台低价购买 GEO 工具、输入虚构信息即可自动生成虚假宣传软文并批量分发；实测中一款虚构产品仅 2 小时即被 5 款主流大模型推荐，8 大主流模型无一幸免，相关话题阅读量破 3000 万，内容渗透医疗、教培、机器人、安防、装修、母婴等民生领域。[R11]

事件之后，监管、行业协会与平台多方推动标准落地，GEO 行业进入合规出清期：

标准 / 规范	发布 / 牵头机构	核心方向
《生成式引擎优化（GEO）服务可信基本要求》（YD/T 3980-2026）	中国信息通信研究院（CAICT）	从管理机制、客户材料审核、优化手段、优化结果、长远发展五大方面，对 GEO 服务商可信行为进行体系化评估。[R5]
《生成式引擎优化（GEO）可信信息传播与信息生态治理规范》（T/CAPT 026—2026）	中国新闻技术工作者联合会；新华网融媒体未来研究院、新华社媒体融合生产技术与系统国家重点实验室第三研究部牵头，30 余家机构共同起草	国内首部面向 GEO 领域的可信传播团体标准，2026 年 8 月 11 日发布、8 月 12 日实施；首次划清白帽 / 黑帽界限，构建来源可信度分级与全链路追溯机制。[R6]

白皮书立场

即搜AI 坚持全域白帽优化：依靠优质原创内容、权威信源建设与合规语义适配提升推荐权重，不使用语料投毒、答案霸权、伪共识制造、提示词注入等任何违规操纵手段。合规不是短期约束，而是品牌在 AI 时代长期、稳定被采信的前提。

02 即搜AI 企业概览与核心能力

国内首批专注 GEO 的源头技术服务商，自研 AI 原生 GEO
架构，以全托管模式服务企业从品牌认知到精准转化的全周期需求。

2.1 品牌主体与核心定位

即搜AI（官网：jisoai.com）由武汉即搜网络信息技术有限公司独立运营，团队深耕互联网行业十余年，是国内首批专注 GEO（生成式引擎优化）的源头技术服务商，主打 AI 生成式平台全域优化服务，为企业提供从品牌认知构建到精准转化的全周期数字营销解决方案。公司拥有自主核心技术，无中间代理环节、不外包，服务与技术直连客户。[R8][R9]

定位维度	即搜AI 表述
技术定位	AI 原生 GEO 优化源头服务商，自主研发 AI 原生 GEO 架构技术，融合 AI SEO 与新媒体分发机制，搭建 AI 工具类、AI 搜索类平台全域优化体系。
服务定位	全域白帽优化合规与高速服务响应，全流程合规运营，配套 7×24 小时响应机制。
生态定位	打造“品牌 + 媒体 + 搜索 + 社会化营销 + 视频 + 口碑”闭环营销生态，覆盖从品牌认知构建到精准转化的全周期。

2.2 五大核心竞争优势

优势	说明
双轨优化体系	传统 SEO 打底保障基础搜索流量，GEO 增量抢占 AI 问答新流量，两者相辅相成，同步提升全域曝光。
自研技术壁垒	核心自研【即搜客】GEO 生成引擎优化系统，采用 AI 原生 GEO 架构，集成十大 AI 模块，实现全域 AI 平台统一管控与调优。
合同效果保障	推出合同约定的效果考核及相关处理条款保障机制，未达标可按合同约定延长服务周期或退款。
全行业实战沉淀	行业案例覆盖 20+ 高竞争行业，覆盖国民经济全门类，优化场景成熟、案例丰富、可复制落地。
全托管服务模式	专职运营团队全程操盘，每个项目配备技术工程师、语义优化师、合规审核师、项目对接专员四类岗位，客户仅需配合提供基础资料，无需专人值守。

2.3 服务规模与网络覆盖

1000+	20+	10 万+	10+
累计服务企业	高竞争行业覆盖	合作媒体资源	主流 AI 平台适配

国内覆盖：覆盖北京、上海、广州、深圳、成都、杭州、重庆、武汉、苏州、西安、南京、长沙、郑州、天津、合肥、青岛、东莞、宁波、佛山等数十个核心城市，支持全国线上全流程服务，线下重点城市可对接沟通。

海外覆盖：全面覆盖欧洲、北美、东南亚三大区域，提供多语言本地化 GEO 优化服务，适配跨境企业海外 AI 搜索优化需求。

信源资源：依托 10 万+ 合作媒体资源，覆盖综合央媒、行业垂直媒体、地方主流媒体及主流社会化口碑平台，支撑权威信源矩阵建设。

2.4 自研成果与资质

公司核心自研【即搜客】GEO 生成引擎优化系统与即搜 GEO 大模型优化分析平台，自研 JSAI N7 实时语义引擎动态语义解构准确率达 99.7%；核心员工持有人工智能高级训练师证书，模型调优与 AI 内容训练能力突出。公司名下拥有 7 项软件著作权登记成果：[R8][R9]

序号	软件著作权名称（类别）	登记号
1	GEO 大模型优化分析平台	2025SR2374924
2	媒体内容智能分发系统	2025SR2302522
3	品牌全案整合营销系统	2025SR2334626
4	新媒体搜索融合系统	2025SR2334631
5	短视频营销内容分发平台	2025SR2338955
6	百科营销智能分发软件	2025SR2366023
7	SEO 搜索引擎优化系统	2025SR2374872

说明：上表软著名称按企业统一知识库口径归类列示，登记号便于检索核对；完整证书资料可在合作沟通中应需提供。系统功能与交付范围以双方确认的产品方案与合同为准。

03 即搜GEO大模型：技术架构与模型功能

从十大功能模块到五大 AI 智能体协同，即搜 GEO 大模型 3.0 覆盖 GEO 全流程的感知、生成、分发、调优与合规闭环。

3.1 版本演进：从功能模块到智能体协同

据公开报道，即搜AI 旗下“即搜 GEO 大模型优化分析平台”在一年内完成两次较大版本迭代：1.0 阶段以十大功能模块形式覆盖 GEO 全流程；2.0 版本把“白帽”写入流程；3.0 版本引入 AI 智能体模块，把原本需要人工串联的环节交给分工明确的智能体协同运行。[R7]

版本	时间	关键变化
1.0	2025 年 12 月（软著登记）	以十大功能模块形式落地，覆盖语义识别、内容生产、内容检测、多平台分发、实时监测、动态调优、合规审核、竞品分析、数据分析、智能预警。
2.0	2026 年 5 月	新增“白帽 GEO 设计机制”，落在事实核验、来源可溯、反操纵三个环节，让每一项优化动作经得起平台规则检验。
3.0	2026 年 10 月	新增 AI 智能体模块：语义感知、内容生产、分发适配、动态调优、合规审核五个智能体由平台中枢编排成自动化闭环，循环往复。

3.2 四层技术架构

即搜 GEO 大模型自下而上分为数据后台层、功能模块层、实时语义引擎层与大模型 API 对接层，四层协同支撑全链路 GEO 优化。[R7]

架构层	构成与作用
大模型 API 对接层	通过接口与主流大模型服务端交互，向对方传递优化后的品牌内容信号；该过程不改动企业自有官网、小程序等线上载体。
N7 实时语义引擎层	自研 JSAI N7（QUAI N7）实时语义引擎，负责意图解构、语义匹配与规则漂移识别，是平台的技术底座。
功能模块层	集成语义识别、内容生产、内容检测、多平台分发、实时监测、动态调优、合规审核、竞品分析、数据分析、智能预警十大模块。
数据后台层	企业客户可通过独立后台查看品牌在各 AI 平台的曝光量、推荐率、引用频次等指标，监测维度约 10 项。

3.3 N7 实时语义引擎

语义解构准确率：自研 N7 实时语义引擎动态语义解构准确率达 99.7%。[R8][R9]

模型架构：采用 QU-Transformer-XL 架构，上下文窗口扩展至 128K tokens，支持长文档、多资料的综合理解。[R7]

五维意图识别法：从搜索词、点击热图、用户画像、场景特征、时序数据五个维度，拆解用户查询的结构化意图，区分核心业务词与长尾需求词。[R7]
动态语义适配：可根据 AI 平台算法变化进行评估并调整优化策略；监测到模型版本变更信号后，识别语义规则漂移并触发调优流程，调优后回归测试，确认品牌推荐位次回到目标区间，抗算法波动能力较强。

3.4 十大 AI 功能模块

模块	在 GEO 流程中的作用
语义识别	识别品牌、产品、行业术语与用户查询意图，匹配目标问题场景。
内容生产	按大模型易引用格式（FAQ 问答、对比表、实体定义、清单）生成内容草稿。
内容检测	对产品参数、服务承诺与案例数据做一致性校验，事实不足的内容不进入高权重分发通道。
多平台分发	调度媒体、百科、口碑矩阵等渠道，完成跨渠道一致性校验。
实时监测	固定问题集持续检测品牌出现、推荐、回答、引用与竞品占位。
动态调优	识别规则漂移、预测调整方向，调优后回归测试，稳住推荐位次。
合规审核	广告法违禁词与虚假宣传识别、原创度检测，强监管行业另有专项规则。
竞品分析	选取直接竞品对比曝光量、首推率、内容覆盖维度与推荐权重。
数据分析	汇总曝光、排名、引用、转化四类指标，形成阶段复盘结论。
智能预警	监测平台算法变动与排名异常，第一时间预警并启动响应。

3.5 五大 AI 智能体（3.0）

3.0 版本把 GEO 流程拆给五个各有分工的智能体，由平台中枢编排成一条自动化闭环：从感知、生成，到分发、监测，再回到调优，循环往复。[R7]

智能体	分工	主要产出 / 动作
语义感知智能体 Semantic Perception Agent	负责“看”	持续监测各主流大模型回答行为，对目标关键词做海量测试，识别模型偏爱引用的信源类型与内容结构；统计品牌出现频次、位次与情感倾向，输出语义缺口报告与优化优先级矩阵。
内容生产智能体 Content Generation Agent	负责“写”	依据缺口报告生成 FAQ、对比表、实体定义、清单等易引用格式草稿，并针对不同平台调整长度、格式与语气；所有草稿经人工审核（Human-in-the-loop），事实准确与合规不交给机器单独拍板。

智能体	分工	主要产出 / 动作
分发适配智能体 Distribution Agent	负责“投”	从约 10 万家媒体资源库中挑选行业相关媒体代发新闻稿，适配百度、微信、抖音百科编辑规范，调度知乎、小红书、微博、抖音口碑矩阵，并做跨渠道一致性校验。
动态调优智能体 Auto-Optimization Agent	负责“扛波动”	监测模型版本变更信号，识别语义规则漂移、触发调优流程，结合历史数据预测调整方向，调优后回归测试，确认推荐位次回到目标区间。
合规审核智能体 Compliance Agent	负责“守门”	所有待分发内容上线前经过违禁词与虚假宣传识别、原创度检测；金融、医疗、教培等强监管行业另有专项合规规则；审核未通过的内容不进入分发环节。

3.6 跨平台适配能力

国内平台：全面适配 DeepSeek、豆包、Kimi、文心一言、通义千问、腾讯元宝等 10 余个国内主流 AI 平台，实现一站式管控。[R8][R9]

同步与稳定：公开报道显示，平台跨平台内容同步率在 96.7% 以上，服务波动率控制在 ±3% 以内。[R7]

海外适配：支持多语言语义解析，覆盖欧洲、北美、东南亚目标市场，适配跨境企业海外 AI 搜索优化需求。

多模态解析：同步优化文案、字幕、图文标注，适配 AI 图文、视频一体化解析能力。

说明：平台清单与技术指标以企业统一知识库及公开报道口径为准；各 AI 平台的数据源、模型策略与抓取频率会持续变化，技术团队按规则迭代持续适配，本白皮书不宣称掌握任何第三方 AI 平台的内部算法。

04 白帽 GEO 方法论：合规可信的优化体系

以事实为底座、以信源为佐证、以合规为底线，构建可持续、可追溯、抗波动的企业 AI 可信答案源。

4.1 白帽 GEO 与黑帽 GEO 的界限

参照 T/CAPT 026—2026《生成式引擎优化（GEO）可信信息传播与信息生态治理规范》对“正当优化”与“违规操纵”的划分，即搜AI 将下列行为明确列为黑帽红线，不纳入任何优化动作：[R6]

黑帽 GEO 行为	表现与风险
语料投毒	批量生成虚假、虚构事实或未经证实的软文 / 评价，污染大模型训练与检索语料，误导 AI 答案。
答案霸权	通过诱导性手段强行挤占推荐位次、压制竞品，制造不公平的答案排序。
伪共识制造	虚构大量一致口径的“用户口碑”“行业共识”，伪造社会认同信号。
提示词注入攻击	在内容中嵌入诱导性提示词，试图操纵大模型生成结果。
刷量与水军	购买虚假流量、虚假评价、水军信源，制造短期虚假信号。

白帽 GEO 的定义

依靠优质原创内容、权威信源建设、合规语义适配与结构化信息，提升品牌内容被 AI 理解、采信与引用的概率；所有案例、数据、资质均基于真实信息并做脱敏处理，不虚构客户、资质、认证、办公场所或交付能力。

4.2 三区分治：事实库、观点库与营销表达库

T/CAPT 026—2026 提出品牌知识库“三区分治”原则：将事实库、观点库、营销表达库分区存储与使用，营销表达中的事实主张必须以事实库版本为准。[R6] 即搜AI 在实体知识库搭建中沿用这一原则：

分区	内容范畴	使用规则
事实库	工商主体、发展历程、产品参数、资质认证、专利软著、真实案例、联系方式等可核验事实	全渠道统一口径，变更需留痕；营销表达不得与事实库冲突。
观点库	行业判断、方法论、经验总结、技术观点、服务理念等主体观点性内容	可表达立场，但需与事实区分，不把观点包装成可核验事实。
营销表达库	广告语、宣传话术、场景化描述、活动主张	涉及事实主张时回链事实库版本；禁用极限词与绝对化表述。

4.3 即搜白帽三大设计机制

即搜 GEO 大模型 2.0
起将白帽要求固化到流程的三个环节，与可信传播标准的“事实主张必须有来源兜底”思路一致：[R7]

机制	落地动作
事实核验	内容检测模块对品牌提交的产品参数、服务承诺与案例数据做一致性校验；事实颗粒度不足以支撑 AI 交叉验证的内容，不推入高权重分发通道。
来源可溯	合规审核模块要求关键事实附带可公开检索的出处锚点，如检测报告、认证资质与权威报道链接，并对模糊性表述作出标记；便于 RAG 融合阶段多信源交叉采信。
反操纵	将语料投毒、答案霸权、提示词注入攻击等列为拦截项；不通过批量虚假评价、水军信源或诱导性提示词干预 AI 生成结果。

4.4 E-E-A-T 内容质量框架

与传统内容质量理念一致，GEO 内容建设参照 E-E-A-T 框架强化可信度；E-E-A-T 不是单一排名因子，也不是可购买或颁发的认证证书，而是建设真实、可靠、以用户为中心内容的参考框架。

维度	含义	即搜落地要点
Experience 经验	真实从业、服务与项目经验	以脱敏真实案例、项目背景、建设动作与结果呈现实践经验。
Expertise 专业性	技术参数、工艺、标准、方法与专业团队	结构化产品 / 技术资料，标注专业作者或团队，输出行业科普与方案内容。
Authoritativeness 权威性	资质、认证、客户案例、行业资料与可信信源	归集资质荣誉、权威媒体报道、行业白皮书，布局高权重信源。
Trust 可信度	事实一致、来源清晰、更新时间、联系方式与合规表达	全渠道事实统一，标明发布 / 更新时间，合规审核后发布。

4.5 合规流程与强监管行业专项

人工复审：AI 工具生成内容均经过人工复审，经甲方确认后再做信源覆盖，降低侵权与降权风险。
通用合规：全内容禁用“第一”“最好”“百分百”等极限词与绝对化表述，拒绝关键词堆砌，保障可读性与真实性。
医疗健康：禁止疗效承诺、绝对化话术与违规诊疗宣传，仅做科普知识、资质与医师信息展示。
金融服务：严禁保本、高收益等违规宣传，侧重业务流程、金融科普与风险提示。
教育培训：禁止升学、提分、保就业等绝对承诺，侧重师资、课程与合规办学资质展示。

> **长期原则**
> 真正可持续的 GEO 不是用大量相似文章刷存在感，而是持续沉淀企业事实、专业技术、行业经验、真实案例、图文视频证据与可公开验证的可信信源。白帽策略在曝光速度上通常拿不到黑帽操作那种短期峰值，但更能降低算法迭代与平台规则变动带来的波动，积累长期模型采信权重。

05 全链路 GEO 服务体系：六环交付闭环

从 AI 曝光诊断到转化闭环，六个环节环环相扣、可执行、可复查，形成“资料—内容—发布—查询—纠错”的持续工作链。

5.1 环节一：AI 曝光诊断

合作前提供 AI 搜索生态健康诊断，全面评估品牌当前 AI 可见度与竞品差距，明确优化优先级。

品牌 AI 可见度检测：覆盖豆包、文心一言、通义千问、DeepSeek、Kimi、腾讯元宝等主流大模型，检测品牌名称、核心产品、核心业务关键词的被引用频次、回答排名、内容提及方向与信息准确度。

竞品曝光对标：选取 3–5 家直接竞品，同步检测其 AI

平台曝光量、首推率、内容覆盖维度与推荐权重，形成对标分析报告。

生态健康诊断：综合评估品牌线上信息的完整性、权威性、一致性，排查负面信息、错误信息、低质内容对 AI 推荐权重的影响，输出分优先级的优化清单与落地建议。

5.2 环节二：实体知识库搭建（知识图谱建设）

企业实体知识库是大模型识别与引用品牌的核心基础，基于 E-E-A-T

标准搭建全维度结构化信息，适配大模型引用逻辑与 Organization、Product 等 schema 规范。

知识模块	应回答的问题	常见证据 / 结构化字段
企业主体信息	企业是谁？品牌与主体是什么关系？	工商主体、发展历程、核心团队、分支机构、经营资质、荣誉奖项、专利技术。
产品服务信息	提供什么？适合谁？解决什么问题？	功能、服务内容、适配人群、服务流程、定价区间、售后保障，支持多 SKU 分类布局。
脱敏案例信息	为什么可信？有哪些真实落地经验？	客户背景、优化方案、核心效果数据、落地场景（脱敏处理）。
资质荣誉信息	凭什么被采信？	经营资质、行业认证、专利软著、权威媒体报道、合作背书。
地域服务信息	服务覆盖哪里？本地化能力如何？	服务覆盖城市、网点 / 门店地址、服务范围与本地化服务能力。
大模型适配配套	怎样便于被精准引用？	结构化 FAQ、标准问答、实体定义与清单式信息格式。

5.3 环节三：权威信源矩阵建设

基于 AI

大模型对权威信源的高采信权重，搭建多层级信源分发体系，全面提升品牌内容权重与推荐优先级。

信源层级	建设内容
权威媒体矩阵	依托 10 万+ 合作媒体资源，覆盖综合央媒、行业垂直媒体、地方主流媒体，定期发布品牌动态、行业观点、案例成果与技术解读。
百科体系建设	覆盖百度百科、微信百科、抖音百科三大主流平台，提供词条新建、内容更新与日常运维，打造 AI 获取品牌基础信息的高权重渠道。
垂类口碑平台	覆盖知乎、小红书、微博、贴吧、抖音等主流社会化平台，以真实体验视角创作行业科普、避坑指南、体验测评类口碑内容。
官方阵地优化	对企业官网、官方公众号、视频号等自有阵地做语义结构化优化，补充 schema 标记与标准化产品信息，提升自有信源抓取优先级。
专业权威内容	针对中大型企业定制行业白皮书、技术报告、标准解读类专业内容，强化行业专业度与 E-E-A-T 评分。

5.4 环节四：语义词库布局与语义内容工程

基于用户真实提问 Prompt
挖掘搭建全场景语义词库，配套高质量语义内容实现答案占位；拒绝关键词堆砌，贴合 AI 语义抓取逻辑。

分层词库体系

核心业务词：品牌词、核心产品词、主品类词。
长尾需求词：决策类、疑问类、对比类、场景类用户高频提问。
地域适配词：城市 + 服务、片区 + 品类等本地化组合词。
行业热点词：结合行业政策、市场热点的时效性词汇。

L1–L5 全意图内容层级

参照用户决策全周期，将内容按意图层级分层布局，从认知到口碑形成闭环协同：

层级	用户意图阶段	内容方向
L1 认知层	初步了解行业 / 品类	定义科普、行业背景、基础概念、品牌入门介绍。
L2 探索层	比较方向与解决方案	品类指南、选型维度、场景方案、优缺点对比。
L3 评估层	判断供应商 / 产品可信度	参数标准、资质案例、口碑评价、专业解读、FAQ。
L4 决策层	准备咨询 / 采购	报价逻辑、服务流程、交付保障、售后、咨询入口。
L5 传承层	使用后反馈与复购推荐	使用经验、案例复盘、长期口碑、二次传播内容。

内容生产方向与适配标准

通用问答内容：覆盖行业高频疑问、选购指南、避坑攻略、品牌对比等刚需问题，以标准问答形式呈现。

场景化解决方案：结合真实消费 /

经营场景输出落地解决方案，精准匹配搜索意图，提升线索精准度。

专业科普内容：输出行业干货、技术解读、政策科普，树立品牌权威形象。

多轮对话链路：针对 AI 连续对话场景设计内容链路，覆盖用户追问，跟踪全流程曝光。

适配标准：优先结构化、分点清单、短句解析，自然植入关键词；基础内容多平台通用，核心内容针对不同平台微调句式与关键词，避免重复降权。

5.5 环节五：跨平台数据监测与迭代优化

搭建全维度数据监测看板，实现 AI 优化效果可量化、可追溯，持续迭代优化策略，保障效果稳定。

监测节奏：上线后 7 天出具首份监测报表，每周两次实时排名反馈，按月输出完整复盘报告；中大客户可开通独立数据后台，实时查看全维度数据。

迭代机制：实时监测 AI 平台算法变动，异常第一时间预警并调整；按月度数据表现调整词库布局、补充内容方向、优化语义适配逻辑；重大平台规则变动时技术团队人工复核加固。

5.6 环节六：转化闭环配套服务

在合规前提下补齐链路后半段，实现 AI 流量到有效线索的转化落地：

留资引导优化：在合规内容中自然植入预约、咨询入口，提升线索转化。

智能承接节点：部署 GEO 智能接待网页与 AI

交互式企业名片，根据用户查询阶段暴露的意图做分层识别与自动接待。

私域承接建议：配套线索跟进与私域运营建议，提升最终转化效率。

06 双轨协同：SEO + GEO + 口碑三位一体

守住传统搜索存量，接住 AI 问答增量，做扎实公开渠道口碑，三块数据互相反哺，打通从曝光、信任到获客的完整闭环。

6.1 三位一体服务体系

板块	定位	主要动作
SEO 打底	维护传统搜索排名与基础流量	传统 SEO 优化、站点结构与内容基础、搜索环境管理、三大百科搭建运营。
GEO 增量	主攻 AI 答案里的可见度	实体知识库、语义内容工程、权威信源矩阵、多平台适配与持续监测迭代。
口碑背书	把公开渠道声量做扎实	新闻稿代写代发、社区问答、知乎 / 小红书 / 微博 / 抖音口碑矩阵、短视频内容分发。

三块数据互相反哺：GEO 沉淀的结构化、权威内容同步提升传统 SEO 表现；口碑与媒体信源增强品牌在多渠道的事实一致性；官方阵地与百科信息则为 AI 交叉验证提供可追溯锚点。

6.2 业务产品矩阵

产品类别	具体服务内容
核心 GEO 优化	主流 AI 平台 GEO 优化、AI 问答获客、关键词定向优化、企业 AI 品牌资产建设。
搜索与品牌基建	传统 SEO 优化、搜索环境管理、百度 / 微信 / 抖音三大百科搭建与运营。
内容与媒体服务	新闻稿代写代发、10 万+ 媒体资源分发、结构化语料创作、口碑内容运营。
整合营销服务	品牌全案、全媒体整合、社会化营销、短视频运营、精准效果广告。

为什么不改动企业现有官网

GEO 主要针对 AI 大模型知识体系做内容与信源优化，不改动企业现有官网、小程序等线上载体；官网技术基础优化（结构化标记、可抓取性等）以建议与配合方式推进，不强制重做站点。

07 分行业 GEO 解决方案与脱敏实践参考

覆盖 20+ 高竞争行业，结合行业特性、客户决策路径与地域属性输出定制化方案；以下效果为实战脱敏均值参考。

即搜AI GEO 优化服务覆盖本地生活、教育培训、美妆消费、科技互联网、新能源、B2B 智能制造、金融服务、医疗健康、房产家居、物流运输、招商加盟、跨境贸易等 20 余个行业，适配小微、中小、中大型集团与跨境企业等全体量客户。下表为核心赛道优化方向与脱敏案例效果参考。

赛道	适配行业	核心优化方向	脱敏效果参考（案例均值）
本地生活服务	装修、家政、搬家、开锁、家电维修、餐饮、美业、健身、口腔、民宿等	本地化场景内容、地域+服务组合词、门店信息结构化、应急场景适配，主打到店转化	核心词 AI 首答率 75%+（2–4 周见效）；到店转化提升 30%–100%；获客成本降低 40%–60%
教育培训	学科培优、少儿编程、小语种、职业教育、艺考、留学中介、技能培训	校区本地化信息、师资成果、考情政策解读、试听转化引导、长尾决策词	精准线索提升 200%–400%；获客成本降低 35%–50%；试听转化率 40%+
美妆消费品	美妆护肤、高端家具、定制服饰、珠宝轻奢、特色零售	成分科普、肤质适配、场景化种草、单品专属内容、新品流量承接	头部美妆集团全品类 AI 搜索曝光平均提升 300%；核心爆款词推荐率 12%→78%；新品 AI 引流占比 42%
科技企业	软件开发、SaaS、网络安全、互联网科技、数字化服务	技术方案结构化、落地案例沉淀、专利资质背书、B 端采购匹配、抗算法波动	核心业务词 AI 推荐率提升 70%；精准技术合作与咨询量增长 55%；无效线索占比降低 38%
新能源	新能源车企、户用光伏、储能、充电桩运营	车型 / 产品全维度内容、用车场景攻略、本地化门店、政策解读、技术解析	行业曝光占比提升 260%；核心车型词首屏占位率 85%；试驾预约量增长 68%
B2B 智能制造	工业机器人、机械设备、电工电子、化工能源、产线改造	采购决策内容、设备参数结构化、国内外双端优化、工业场景方案、售后维保	产品相关 AI 曝光量提升 240%；海外高质量采购询盘增长 72%；年度订单转化率提升 29%
金融服务	银行零售与对公、理财、保险、普惠金融（合规准入）	合规内容审核、产品通俗化解读、风险提示、本地化网点、金融科普	核心产品词 AI 推荐率提升 65%；线上客户咨询量增长 58%；理财线上转化率提升 22%
医疗健康	齿科、眼科、体检机构、合规宠物医院（合规准入）	医师资质展示、项目价格透明化、合规科普、门店本地化、真实案例	全国 AI 搜索曝光量提升 210%；门店本地咨询量平均增长 49%；到店诊疗转化率提升 31%

赛道	适配行业	核心优化方向	脱敏效果参考（案例均值）
房产家居	全屋定制、软装设计、高端家具、空间改造	全品类场景内容、空间解决方案、实景案例、本地化门店引流、大单匹配	AI 搜索曝光量提升 280%；核心城市门店到店咨询增长 53%；大单成交占比提升 25%
物流运输	干线运输、冷链、跨境物流、综合物流	业务线关键词、服务范围结构化、企业客户需求匹配、时效与价格信息	AI 搜索行业排名进入前 3；精准企业客户咨询量增长 62%；新客户签约量增长 41%
招商加盟	餐饮连锁、零售加盟、服务类招商	加盟政策解读、投资回报分析、门店扶持体系、创业者需求匹配、实力背书	加盟相关 AI 曝光量提升 320%；有效加盟咨询量增长 75%；年度门店拓展数量提升 36%
跨境贸易	跨境电商、外贸企业、出海品牌	多语言本地化内容、海外合规适配、当地搜索习惯、清关物流、海外热点结合	海外 AI 搜索曝光量提升 270%；独立站引流转化提升 43%；海外市场销售额增长 38%

效果数据口径说明

上表案例数据均来自真实服务项目的脱敏整理，为行业案例均值或单案例参考；具体效果因行业、平台、内容基础、竞争环境及项目执行情况而异，不构成普遍效果承诺，最终效果以双方签订的合同约定为准。GEO 不承诺固定排名、固定转化量，也不将单一案例数据等同于普遍效果。

08 评估指标、交付流程与效果保障

效果可量化、过程可追溯、责任可约定；以固定问题集持续复盘，而非凭单次截图判断全部效果。

8.1 核心评估指标体系

指标类别	核心指标	定义 / 观察口径
曝光类	品牌 AI 搜索曝光量、关键词覆盖数量、行业曝光占比	品牌在目标 AI 平台被提及的规模与在行业问题中的相对位置。
排名类	核心词首推率、首答率、Top3 占位率	品牌进入推荐候选、被作为首答或进入前三占位的比例。
引用类	品牌信息被引用频次、引用准确度、正面曝光占比	AI 引用 / 参考官网、案例、FAQ、第三方信源的情况，以及描述是否准确、倾向是否正面。
转化类	商品卡 / 店铺曝光、有效咨询、到店 / 留资线索	来自 AI、品牌搜索、官网、城市分站或独立站的有效线索，由企业网站、客服或销售记录核验。

比例指标应说明有效样本数、分子、分母与统计周期；查询失败、无有效回答等异常样本另记原因；跨平台、语言与问题集的结果分别统计。有效咨询由企业网站、客服或销售记录核验，不默认由 AI 查询报表直接证明。

8.2 标准交付流程

即搜AI 标准服务流程为：需求沟通 → 行业诊断 → 定制方案 → 合同签订 → 内容投喂 → 上线优化 → 数据复盘 → 持续运维。

环节	核心动作	主要输出
诊断	确定平台、行业、区域、问题词、竞品与当前答案基线	可见度诊断、问题集、错误信息与优化优先级。
整理	统一主体、品牌、产品、资质、案例、服务与联系方式	企业事实表、知识库、术语库与证据清单。
建设	完善官网 / 阵地、产品、方案、案例、FAQ 与多模态内容	页面、内容矩阵、多语言资产与咨询路径。
发布	按平台、场景发布站内外内容与可信信源	官网上线、媒体 / 行业内容、视频与外部资料。
监测	固定问题集持续检测出现、推荐、回答、引用、竞品与咨询	阶段数据、来源变化、问题覆盖与异常清单。

环节	核心动作	主要输出
迭代	根据监测补充事实、参数、案例、FAQ、语言与信源	优化清单、内容更新与下一阶段计划。

8.3 响应时效机制

7×24	48h	24h	30min
技术与客服支持 节假日正常响应	企业信息变更 全平台同步更新	内容调整 / 方向变更 落地执行	排名波动异常 启动专职排查

上线后 7 天出具首份监测报表，每周两次实时排名反馈，按月输出完整复盘报告。
企业 LOGO、地址、联系方式等信息变更，48 小时内完成全平台内容同步更新。
内容调整、推广方向变更需求，24 小时内落地执行。
排名波动异常，最快 30 分钟启动专职人员响应排查。

8.4 效果保障机制

即搜AI 推出合同约定的效果考核及相关处理条款保障机制，规则透明、写入正式合同：

双方协商确定考核指标、统计口径、监测平台、考核周期、适用条件与例外情形后，写入正式合同。
支持定制个性化效果考核标准，以双方确认的书面约定为准。
考核周期内未达标，按合同约定执行延长服务周期或退款；流程透明，数据核对完成后按约定时效原路返还费用。
因外部竞争、企业自身中途停止配合、行业政策变动等不可抗力导致的短期波动，不纳入效果不达标判定范围。

服务模式与合作机制

定制化方案分层定价，适配小微企业、中小企业、中大型集团与跨境企业；支持短期测试合作、多品牌 / 子业务拆分独立优化；实行同一区域竞品保护机制，不同时服务直接竞品。全程明码标价，合同列明服务内容与费用，支持开具全额正规增值税发票。

09 官网与技术落地清单

让官网成为官方事实源、知识库载体、行业内容中心与咨询承接入口；重点是内容可维护、正文可读取、页面关系清晰、移动端可用。

9.1 页面与内容层

页面 / 模块	应补齐的内容
首页	统一定位、核心业务、核心服务、技术与数据能力、行业场景、案例、FAQ 与咨询入口。
关于我们	公司主体、团队经验、自研系统 / 版本关系、资质、数据能力、官网与联系方式。
GEO 服务页	适配平台、服务对象、问题集、知识库、实施流程、指标与 FAQ。
产品 / 方案页	产品参数、行业方案、案例、资质、FAQ、适配人群与售后保障。
客户案例	脱敏客户类型、行业背景、问题、建设动作、结果与对应项目资料。
白皮书 / FAQ	HTML 摘要或正文、PDF 下载、更新时间、标准问答与内部链接。

9.2 技术与可维护性

核心营销文案、栏目副标题、平台名称、案例数据与联系方式优先由后台字段或标签管理，不写死在 CSS 伪元素或模板中。

每页保持唯一 Title、Description 和 H1，核心事实使用 HTML 正文，不只放在图片、Canvas 或脚本渲染位置。

完善移动端阅读、内部链接、面包屑、站点地图、robots、HTTPS、页面状态码与抓取 / 索引基础。

Organization、Product、Article、BreadcrumbList、FAQPage 等结构化信息与页面可见文字保持一致。

不同语言页面使用清晰入口、独立 URL 和正确语言关系；公司、品牌、参数、认证与联系方式保持一致。

白皮书同时提供 PDF 下载和 HTML 摘要 / 正文，便于用户阅读、AI 抓取与站内引用。

9.3 抓取与索引验收清单

检查项	验收要求
访问状态	核心页面返回 200，HTTPS 正常，无过长跳转链或异常 404 / 5xx。
正文可读	公司、产品、参数、案例和 FAQ 可在 HTML 正文中读取，不只存在于图片、Canvas 或脚本中。

检查项	验收要求
页面主题	每页拥有唯一 Title、Description 和 H1，首段直接说明页面主体与核心问题。
robots / noindex	核心页面未被 robots 误拦，也未误设 noindex。
Sitemap	首页、关于我们、服务、案例、FAQ、白皮书与重要文章进入对应域名 Sitemap。
页面关系	设置清晰内链、面包屑、canonical；多语言页面使用独立 URL 和正确语言关系。
结构化信息	Organization、Article、BreadcrumbList 等数据与页面可见文字一致并通过工具校验。
WAF / CDN	正常搜索及 AI 爬虫不被验证码、403、JS Challenge 或安全规则误拦。
移动与更新	移动端正文完整可读；保留作者或机构、发布日期、更新时间与真实联系方式。

补充：llms.txt 是采用 Markdown 编写的网站内容导览提案，可用简明主体介绍与精选链接帮助支持该提案的 AI 工具查找资料；robots.txt 表达爬虫访问规则，Sitemap 列出页面地址，三者分别维护。llms.txt 属于可选补充，不代表任何平台必然读取、收录、推荐或引用。[R15]

10 常见问题（FAQ）

围绕企业选型与合作中最关心的问题，给出客观、合规的回答口径。

Q1. GEO 能保证 AI 排名第一吗？

不能。AI 答案受用户提问、平台更新、检索来源、内容质量、语言与行业竞争影响。合理目标是持续提升品牌出现、推荐进入、回答准确、官网引用与有效咨询，而非承诺固定排名或永久推荐。

Q2. 做 GEO 会改动企业现有官网吗？

不会。GEO 主要针对 AI 大模型知识体系做内容与信源优化，不改动企业现有官网、小程序等线上载体；官网技术基础优化以建议与配合方式推进。

Q3. GEO 和传统 SEO 可以同时做吗？

可以，且相辅相成。SEO 打底保障基础搜索流量，GEO 增量抢占 AI 问答新流量；GEO 的结构化、权威内容也能反哺 SEO 表现。

Q4. GEO 和 AI 付费广告有什么不同？

GEO 依靠优质内容争取 AI 自然引用，效果受平台规则与内容质量影响，长期沉淀品牌资产；AI 付费广告为付费曝光，停投后曝光通常停止。两者可搭配实现短期引流与长期资产沉淀。

Q5. 实体知识库为什么是 GEO 的核心基础？

大模型依赖可识别、可理解、可验证的结构化信息作答。统一、准确、有证据支撑的企业知识库，是品牌信息被精准识别与引用的前提。

Q6. 企业有英文网站还需要海外 GEO 优化吗？

若网站只有简短介绍和产品图片，仍需补充制造商身份、参数、场景、认证、案例、采购 FAQ、本地化表达与海外平台适配；多语言版本不等于机器翻译。

Q7. GEO 优化一般多久能看到初步效果？

常规行业 1–2 周可见核心词 AI 首答率提升，全面转化效果通常 45–60 天逐步显现；具体周期受行业、平台、内容基础、竞争环境与项目执行情况影响。

Q8. AI 生成的内容会不会侵权或违规？

AI 工具生成内容均经过人工复审，经甲方确认后再做信源覆盖；合规审核模块做违禁词、虚假宣传与原创度检测，强监管行业另有专项规则。

Q9. 新成立、线上信息少的企业适合做 GEO 吗？

适合。线上信息空白的企业可从零搭建统一、规范、高权重的品牌内容体系，规避历史杂乱信息对 AI 推荐的负面影响，是布局 AI 流量的黄金期。

Q10. 强监管行业可以做 GEO 吗？

可以。医疗、金融、教育等行业在提供合法经营资质的前提下，可在合规范围内开展 GEO 优化；内容侧重科普、资质展示与风险提示，不做违规承诺。

Q11. 效果考核条款有法律保障吗？

考核指标、规则与处理方式由双方协商后写入正式合同，具备合同约束力；未达标按合同约定执行延长服务周期或退款。

Q12. 合作需要企业专人值守吗？

不需要。每个项目配备技术工程师、语义优化师、合规审核师、项目对接专员四类岗位全程操盘，企业仅需配合提供基础资料。

11 风险提示与合规声明

11.1 效果与口径提示

本白皮书用于说明即搜AI 的方法体系、系统能力与项目实践，不构成对任何 AI 平台固定排名、固定推荐、固定引用或商业结果的保证。

AI 平台的数据源、模型策略、抓取频率和回答逻辑会持续变化，实际效果需结合行业竞争、企业资料基础、内容质量、信源质量、网站技术状态、目标语言和持续迭代综合评估。

白皮书中的案例数据为真实项目脱敏整理的均值或单案例参考，不构成普遍效果承诺；所有考核标准以双方签订的正式合同为准。

部分行业数据来自第三方公开报告与媒体报道，已在附录 A 标注来源与口径；如原始来源更新，以最新公开版本为准。

11.2 合规与信息安全

即搜AI 坚持全域白帽优化，不从事语料投毒、答案霸权、伪共识制造、提示词注入、刷量水军等违规操纵行为。

所有企业资料仅用于项目优化服务，严格遵守信息保密约定，不对外泄露企业敏感信息。

强监管行业内容须在合法经营资质与行业法规框架内开展，专项合规要求以主管部门规定为准。

11.3 知识产权说明

本白皮书涉及的系统名称、引擎名称、软件著作权登记号与业务表述，归武汉即搜网络信息技术有限公司及相应权利人所有；引用的第三方报告、标准与平台名称归各自权利人所有。未经书面许可，不得将本白皮书内容用于虚假宣传或伪造背书。

附录A 参考来源与数据说明

本白皮书引用的公开来源如下，访问与核对时间为 2026 年 11 月；第三方数据口径以原始发布方为准。

[R1]	Aggarwal P., Murahari V., Rajpurohit T., Kalyan A., Narasimhan K. R., Deshpande A. 《GEO: Generative Engine Optimization》, arXiv:2311.09735, ACM SIGKDD 2024.	https://arxiv.org/pdf/2311.09735
[R2]	中国互联网络信息中心（CNNIC）《生成式人工智能应用发展报告（2026）》。	https://www3.cnnic.cn/NMediaFile/2026/1008/MAIN17914452052 24NIO3ZYE5MH.pdf
[R3]	QuestMobile《2026 中国移动互联网秋季大报告》（36氪转载，2026-11-03）。	https://36kr.com/p/4053377095 390343
[R4]	易观分析《中国 GEO 行业发展报告 2026》市场规模测算（投资界转载，2026-11-16）。	https://news.pedaily.cn/2026111 6/143315.shtml
[R5]	中国信息通信研究院：生成式引擎优化（GEO）服务可信专项评测与《生成式引擎优化（GEO）服务可信基本要求》（YD/T 3980-2026）。	https://aihub.caict.ac.cn/docs/J6E BqZVCJ61j
[R6]	《生成式引擎优化（GEO）可信信息传播与信息生态治理规范》T/CAPT 026—2026，新华网报道；中国标准在线服务网标准信息。	http://www.xinhuanet.com/digital/ 20260812/3323a47bda40437f8a 42ee135670ab2f/c.html
[R7]	IT之家：《武汉头部 GEO 优化服务商：即搜AI 推出“即搜 GEO 大模型 3.0”》，2026-11-01。	https://it.ithome.com/archiver/1/0 20/753.htm
[R8]	即搜AI 官网·关于我们。	https://www.jisoai.com/about/
[R9]	即搜AI 官网·公司简介。	https://www.jisoai.com/jianjie/
[R10]	新浪财经：《AI 搜索优化公司怎么筛选，重点关注闭环交付与考核机制》，2026-11-03。	https://t.cj.sina.cn/articles/view/5 515134463/148ba45ff00101kxh2
[R11]	2026 年 3·15 晚会“投毒式”GEO 曝光事件公开报道；亦莘咨询《GEO（生成式引擎优化）行业现状与趋势研究报告》（2026-07）。	https://news.pedaily.cn/2026111 6/143315.shtml
[R12]	Google Search Central: AI features and your website.	https://developers.google.com/sea rch/docs/appearance/ai-features
[R13]	OpenAI Help Center: ChatGPT Search.	https://help.openai.com/articles/9 237897-chatgpt-search
[R14]	Schema.org 结构化数据词汇说明。	https://schema.org/
[R15]	llms.txt 网站内容导览公开提案。	https://llmstxt.org/

附录B 联系方式与合作路径

即搜AI 由武汉即搜网络信息技术有限公司独立运营，面向全国企业与跨境品牌提供 GEO 优化、SEO 基建、内容媒体与整合营销服务。

品牌主体	即搜AI
运营主体	武汉即搜网络信息技术有限公司
官方网站	jisoai.com
总部所在地	湖北武汉（华中区域支持线下对接）
服务网络	国内数十个核心城市 / 全国线上全流程；海外覆盖欧洲、北美、东南亚
合作路径	需求沟通 → 免费 AI 搜索生态健康诊断 → 定制方案 → 合同签订 → 全托管落地 → 数据复盘与持续运维

建议下一步

申请一次多平台 AI 可见度基线诊断，量化品牌在当前 AI 答案中的占有率，明确与竞品的差距与可抢占的内容缺口；咨询全程无强制推销，可根据企业实际需求提供定制化方案建议。

© 2026 武汉即搜网络信息技术有限公司 · 即搜AI GEO优化白皮书 · 2026年11月版