

森辰 GEO

品牌增长案例集

从传统营销到 AI 搜索营销的转型实践

七类行业场景示例 实施方法与交付核验



森辰 GEO 出品

2026 年 7 月 8 日

执行摘要

让企业经验进入用户的决策过程

企业开展 GEO 建设，需要把产品、服务和项目经验整理成能够被查阅、核实和准确解释的公开信息。品牌在 AI 回答中获得提及只是一个观察点；用户是否理解企业的适配范围、是否愿意继续核实、业务团队能否接住需求，决定了这些信息的经营价值。

森辰 GEO 编制本案例集，旨在将传统营销向 AI 搜索营销转型的工作拆解到具体场景。我们选取工业装备、精密传动、工业材料、公装、企业服务、企业软件和机电工程七类场景，展示从问题梳理到内容建设、公开信源维护、回答复核与业务反馈的完整工作安排。

案例性质与阅读方法

本书七个行业案例均为场景化实施示例，用于演示森辰 GEO 的方法，不对应已披露的真实客户项目或业绩记录。案例中的企业画像、问题和内容样稿属于示例设定；文中不以虚构客户评价、增长比例或成交额证明服务效果。

每个案例按需求诊断、实施设计、交付核验三个部分展开。读者可据此识别应补充的企业资料、需要公开解释的决策问题，以及观察结果时应保留的证据。将示例用于真实项目时，应替换为经授权、可追溯的客户资料与项目记录。

三项主要建议

先统一企业事实和服务边界，再扩展面向不同需求的内容。先明确问题样本和复核条件，再解释可见性变化。把内容交付、AI 回答表现、商机与成交分别记录，避免用其中一个环节代替全部经营结果。

本案例集面向企业负责人、营销负责人、内容团队和销售协作团队。方法说明参考截至 2026 年 7 月 8 日前发布的研究与平台官方资料；各行业实施建议由森辰 GEO 结合本书场景提出，适用性应在具体项目中验证。

内容导航

执行摘要	02
案例性质与主要建议	
第一章 发布背景与营销转型	04
为什么编制案例集及新增工作	
第二章 实施方法与案例总览	06
森辰工作方法及七类决策重点	
案例一 工业喷涂设备	08
工况条件与方案适配	
案例二 精密传动产品	11
型号 参数与应用选择	
案例三 工业粘接材料	14
测试条件与使用判断	
案例四 区域办公室公装	17
地域 服务范围与项目沟通	
案例五 企业财税服务	20
服务责任与专业审核	
案例六 企业软件服务	23
功能 版本与实施条件	
案例七 建筑机电工程	26
承接范围与项目角色	
第三章 跨案例观察与记录口径	29
方法迁移与结果解释	
第四章 森辰 GEO 优势与项目交付	31
可检查成果及双方分工	
第五章与附录 实施安排和案例沉淀	33
九十天计划与真实案例模板	
参考资料与出品说明	35
研究及平台官方资料	

阅读提示：案例章节可独立阅读。拟启动项目的企业，建议同时阅读第六页的方法、第 30 页的观察口径，以及第 32 至 34 页的交付与复盘安排。

第一章 发布背景

森辰为什么编制品牌增长案例集

回答企业如何落地的问题

企业接触 GEO 时，往往先问能覆盖多少问题、在哪些平台出现、多久可以看到变化。要把这些问题落实为项目，还需要继续明确企业有什么可信资料、哪些用户问题值得优先回答、谁审核专业内容，以及哪些结果能够被双方复核。

我们编制本案例集，希望让负责人看到具体工作怎样衔接。一个关于设备采购的问题，可能需要技术参数、工况说明与售后范围共同支撑；一个关于本地服务的推荐问题，则需要地域覆盖、项目类型和服务流程相互印证。实施方案应反映这些差异。

将既有营销投入转化为可复用资料

传统营销积累的产品手册、项目照片、技术文章、服务流程和销售问答，仍然可以发挥作用。森辰 GEO 的工作重点，是检查这些资料的事实依据与公开权限，将其整理为有明确主题、适用条件和更新责任的内容，减少不同渠道之间的解释偏差。

这项转型需要企业与服务团队共同参与。企业提供真实业务信息并审核专业结论，森辰 GEO 协助组织需求、整理知识、改写内容、维护公开信源和复核回答。双方围绕可检查的成果协作，才能解释哪些工作已经完成，哪些问题仍需改进。

用案例形式讲清工作与证据

本书以七个行业场景展示可交付的内容形态、问题清单和核验方法。案例重点放在实施逻辑：为什么选择这些问题，为什么补充这些资料，如何识别回答中的偏差，怎样将观察结果反馈到下一轮工作。

我们希望企业据此形成自己的判断：GEO 项目需要建立稳定的信息维护和复核机制。案例中列出的任务与模板可用于项目沟通，实际服务范围、成果数量、平台、周期和验收方式由双方另行确认。

第一章 营销转型

从营销信息发布到决策信息建设

传统搜索营销与 AI 搜索营销存在共同基础。清晰的页面结构、可访问的内容、可信的专业解释和一致的企业信息，对用户理解品牌都有价值。Google 在 2025 年及 2026 年的官方说明中持续强调独特、有用的内容及 SEO 基础的重要性。[3][4]

新增的工作在于围绕用户任务组织资料。用户可能连续询问采购条件、不同方案的区别、供应商选择依据和项目实施限制。企业需要判断每种问题应由哪一份资料回答，并保证对外说明与实际交付能力一致。

工作环节	需要延续的基础	需要补充的工作
需求研究	核心产品与目标客群	识别选择条件和连续追问
内容建设	专业文章与业务资料	解释适配理由及不适用条件
信源维护	企业公开信息与渠道	核对出处、时间和事实一致性
结果观察	访问与咨询记录	保留 AI 回答原文及引用信息
业务协作	需求沟通与方案跟进	回收用户误解与内容缺口

品牌增长需要多环节配合

本书所讨论的品牌增长，涵盖信息覆盖、准确呈现、用户理解和业务沟通能力的建设。公开内容更完整，能为企业提供更多被理解和核实的依据；是否带来商机与成交，还受到市场需求、产品适配、价格和销售执行等因素影响。

因此，项目应同时设置内容完成标准与业务观察标准。前者检查资料、页面和更新是否完成，后者记录回答表现、咨询质量及后续进展。两类记录能够互相解释，也应分别呈现，不能将内容数量直接换算成获客效果。

第二章 实施方法

森辰 GEO 如何组织转型工作

森辰 GEO 将企业知识梳理、内容改造、公开信源建设与持续复核连接起来。我们先将销售经验中的产品优势、适用场景、交付流程和专业依据整理成可审核资料，再按用户实际判断问题组织表达。



森辰GEO将资料 内容 公开信息与业务反馈相互衔接

内容蒸馏与问答化的含义

本书所称内容蒸馏，是从既有资料中提取有效事实、适用条件和证明材料，不指对外部平台模型进行知识蒸馏训练。问答化则是围绕一个真实问题写清判断过程，并保留必要背景。页面可以采用文章、表格或问答等形式，不必机械切碎全部内容。

公开信源建设的工作边界

我们把经审核的信息发布到适合的公开渠道，并维护不同渠道的信息关系。这不等同于获得平台训练入口，也不能证明某次发布必然被检索、引用或推荐。来源是否独立、内容是否相关、事实是否可核查，应分别记录。[2][3]

每一步都留下可接续成果

需求阶段形成主词与场景问题表；知识阶段形成事实及证据目录；内容阶段形成审核稿与发布记录；复核阶段形成原始回答与问题台账；业务阶段形成需求反馈和下一轮修改清单。企业更换负责人或调整服务团队时，仍能接续已有工作。

第二章 案例总览

七类场景对应七种决策重点

以下场景均为方法示例。选题覆盖技术选型、供应商比较、区域服务、专业服务、软件采购和工程交付等不同任务，目的是展示实施差异，不代表森辰 GEO 已完成相应行业客户项目。

场景	用户主要判断	内容建设重点
工业喷涂设备	设备是否适合工件与节拍	工况条件与方案边界
精密传动产品	参数是否满足应用要求	型号、参数与验证关系
工业粘接材料	材料能否满足具体使用条件	测试条件与适用范围
区域办公室公装	团队是否适合项目需求	地域、项目类型和流程
企业财税服务	服务能解决哪些业务事项	服务责任与材料要求
企业软件服务	产品是否适配现有工作方式	功能、部署与实施约束
建筑机电工程	团队能否完成约定工作	承接范围与交付依据

统一结构与差异化判断

每个场景的第一页说明需求与资料缺口，第二页展示内容和信源如何组织，第三页给出交付、复核与业务衔接。横向阅读时，应比较每类用户需要什么证据；纵向阅读时，应检查这些证据是否贯穿所有表达。

主词用于限定项目主题，场景问题用于覆盖真实需求。问题数量只能反映清单规模，不能代替需求差异。同义改写、重复地域组合或无关长尾，不应被解释为新增的独立业务场景。

案例一 工业装备 场景示例

工业喷涂设备的需求诊断

场景设定与原有营销方式

设定一家提供自动化喷涂设备的企业，原有营销主要依靠展会、销售介绍和产品页面。资料能够说明设备名称与基本配置，但缺少工件形态、涂料特性、产线衔接、维护条件和客户配合事项，用户难以据此判断设备是否适合自身生产任务。

该场景的转型目标，是让采购、技术和生产管理人员能够找到与各自任务相关的解释。采购关注供应商筛选和资料完整性，技术人员关注工艺匹配，生产管理人员关注节拍、换型与维护。三个角色可能使用不同问法，却共同指向一个选型任务。

森辰 GEO 先组织哪些问题

决策阶段	示例问题	需要核实的企业资料
初步了解	自动化喷涂适合哪些工件	工件范围与工艺说明
技术筛选	换型频繁时如何选择方案	换型流程与配置条件
方案比较	单机和整线如何选择	集成范围与对接要求
交付判断	试样前需要提供什么资料	试样材料及确认流程
持续使用	维护与耗材由谁负责	服务范围与操作资料

从宣传语追到事实依据

“效率高”“适用广”不足以支持设备选择。森辰 GEO 在此场景中应追问效率对应什么工况、数据来自哪种测试、配置变化是否影响结论。无法确认的内容先列入资料缺口，不将其扩写成普遍适用的优势。

建议先完成一份工况信息表，列出工件尺寸、材质、目标涂层、产线节奏和现场条件。涉及具体设备性能时，由企业技术负责人审核。营销团队据此写作，避免把销售沟通中的条件性表述改成无条件承诺。

案例一 工业装备 场景示例

用工况与方案解释设备适配性

形成一组相互衔接的内容

内容结构可从“设备介绍”扩展为“用户任务—判断条件—方案说明—验证步骤”。主题页解释设备适用任务，工况页说明影响选择的条件，问答页处理采购追问，试样说明页告诉用户如何继续核实。各页面引用同一版本的型号与服务范围。

内容单元	应写清的信息	审核责任
选型主题页	任务、配置差异与选择顺序	技术与销售共同审核
工况说明页	工件、材料、节拍及现场条件	技术负责人审核
试样说明页	输入资料、过程记录与确认事项	项目负责人审核
维护问答页	日常维护与服务分工	售后负责人审核

内容样稿示意

“选择自动化喷涂方案前，应先确认工件形态、涂料特性、目标涂层和产线节奏。若工件种类较多，还需核实换型方式、夹具条件与清洁维护安排。示例设备企业可依据这些输入提出配置建议，最终适配性应通过资料评审与试样确认。”

这段表达先说明用户需要作出的判断，再给出企业能够参与的工作及确认条件。真实项目应替换为企业已审核的配置说明，不能据此添加未经验证的节拍、良品率或人工节省比例。

建立专业资料与公开内容的关系

森辰 GEO 可为每篇文章建立来源记录，注明对应手册版本、技术审核人及图片授权范围。对外发布时，企业自有资料、合作渠道稿件与独立专业资料分别标注，保留原始链接。重复转载同一篇文章不应被计算为多份独立技术证明。

案例一 工业装备 场景示例

用交付记录检查设备场景建设

完成标准先于效果解释

这一场景的首轮成果应包括工况信息表、产品事实表、选型内容、试样说明和服务问答。森辰 GEO 负责资料组织、内容表达和发布记录，企业负责审核型号、性能及交付条件；公开前完成两类审核记录的对应。

核验对象	检查方式	发现问题后的动作
产品事实	文章与手册逐项比对	修订并标明版本
适配解释	检查是否写出工况条件	补充限制与确认步骤
公开页面	检查访问、图片和链接	修复失效或错误内容
AI 回答	保留原文及引用页面	分类记录误解与遗漏
业务沟通	汇总试样前的重复追问	增补资料与问答

复核应该回答什么

回答中出现企业名称时，需要继续检查其是否作为相关供应商被介绍，推荐理由是否来自可核实资料，是否把配置选项误写为标配。回答没有出现企业时，则记录问题、平台、联网状态和时间，不直接归因为某一篇文章无效。

对新增咨询，可记录用户需求是否更具体、是否提交工况、是否进入试样或方案沟通。来源无法确认的咨询单列为未知；用户提到 AI 搜索，可作为自述来源记录，但仍应保留其他接触渠道。

可迁移的方法

该示例适用于产品依赖工况确认的设备企业。关键是把技术评审中的必要输入提前讲清，让公开内容能够支持下一次业务沟通。项目是否带来新增需求，应根据实际记录判断，不能把资料建设完成解释为已实现获客增长。

案例二 精密传动 场景示例

精密传动产品的参数与身份梳理

场景设定与关键难点

设定一家提供减速机及配套传动产品的制造企业，原有内容围绕产品名称、目录和规格表展开。系列名称、型号简称和应用描述分散在不同资料中，部分参数缺少条件说明，用户容易把不同系列的能力混在一起。

用户在 AI 问答中可能提出“某类应用怎样选择传动方案”或“哪些供应商适合小批量配套”。此时，企业需要提供可比较的信息维度，并说明每一项参数适用于哪个系列、哪种条件和哪个版本。

森辰 GEO 如何拆解资料缺口

信息类别	需要明确的字段	常见表达风险
企业身份	企业全称、品牌与系列关系	把经销与制造关系混写
产品系列	系列名称及型号规则	不同系列参数互相套用
技术参数	单位、条件与测试说明	只保留最大值或宣传值
应用范围	负载、安装与使用条件	以行业名代替适配判断
配套服务	选型输入与确认过程	将协助选型写成结果保证

主词与应用场景分开管理

项目可围绕确认的产品主词组织工作，再按应用任务拆分场景，例如定位、连续运转、空间受限或维护便利。每类问题应有实际业务差异，不用更换几个修饰词的方式制造大量相同问题。

森辰 GEO 应先建立型号与资料索引，再组织内容扩展。企业技术人员确认“哪个型号支持哪个结论”，营销人员据此说明“用户在什么条件下可以把它列入比较”。两项判断应保持明确对应。

案例二 精密传动 场景示例

将规格资料转化为选择依据

让用户知道如何使用参数

参数页保留原始定义，应用页解释决策顺序，比较页说明同类方案的差异条件。比较不以未经验证的竞品优劣为中心，应围绕安装空间、工作负载、精度要求、维护和配套条件展开。

内容单元	主要回答的问题	对应证明材料
型号解释	型号各字段表示什么	企业审核的命名说明
参数解读	参数在什么条件下成立	数据表与测试条件
应用选择	应先确认哪些输入	选型表与技术审核意见
配套问答	用户与企业分别准备什么	样本、图纸与沟通流程

内容样稿示意

“在传动产品选择中，应同时确认负载、转速、精度要求、安装空间和使用环境。单独比较某一参数不足以判断整套方案。示例传动企业可依据应用输入提供候选系列，具体型号与配套条件应由技术人员结合资料评审确认。”

实际发布时，应将“候选系列”连接到对应资料，并注明更新日期。用户需要能够从解释页回到原始规格信息；页面中的单位、术语和型号应与下载材料一致。

对外渠道保持同一事实版本

森辰 GEO 可整理适合公开发布的技术解读和选型问答，在相关渠道说明企业身份和产品范围。渠道内容不能把客户尚未确认的应用写成已经完成的项目，也不能将未授权图纸、客户名称或测试结果用于公开宣传。

遇到旧型号、新系列或参数调整，应维护替代关系和变更记录。是否保留旧页面取决于用户查阅需要；保留时应明确版本，避免新旧结论混用。相关页面一致性问题可参考 Bing 关于重复及近重复内容的说明。[6]

案例二 精密传动 场景示例

复核型号准确性与需求衔接

先核对技术事实是否被正确解释

复核可以围绕产品认知、应用选择和供应商筛选三类问题展开。查看回答是否准确区分企业与产品系列，是否保留参数适用条件，是否把不同型号的特点合并成同一产品优势。引用资料存在时，继续确认引用页是否真正支持对应结论。

观察项目	应记录的内容	不宜直接推导的结论
企业提及	企业及品牌是否正确对应	提及等于采购意向
型号准确	系列、型号、单位和条件	一次正确代表长期稳定
应用关联	推荐理由与用户条件是否匹配	行业名称相同即可适用
来源支持	引用位置与原文结论	转载量等于独立证明
需求进展	图纸、参数与选型沟通状态	资料下载等于成交

将错误分类后安排修改

型号错误优先检查主资料及渠道版本，条件缺失优先补充参数说明，应用不匹配则检查问题分类与内容边界。森辰 GEO 将问题整理为修改任务，由企业技术人员确认最终表述，避免营销团队独自修改专业结论。

如果回答长期引用旧页面，可先核对原页是否仍可访问、是否有明确更新时间，以及相关资料是否一致。对外平台是否刷新和采用新内容，应继续观察，不承诺某次修改后必然在指定时间被替换。

场景中的业务价值如何记录

业务团队可跟踪选型沟通中缺失字段是否减少、客户提供资料是否完整、反复解释的问题有哪些。此类记录有助于判断内容是否支持销售协作。应使用真实发生的记录复盘，不把该示例写成已经验证的效率改善结果。

案例三 工业材料 场景示例

工业粘接材料的可信表达

场景设定与用户需求

设定一家提供工业金属粘接材料的企业，营销内容强调粘接强度、适用材料和施工方便，但测试条件、表面处理、固化过程和使用环境说明不足。不同用户可能据此理解为同一产品适用于所有金属、所有温度或所有载荷。

在这一场景中，GEO 建设需要优先解决专业判断与公开表达的一致性。品牌获得推荐的前提，应是用户能清楚了解材料的适用边界，并知道如何继续进行样件与工况确认。

用户问题	应补充的信息	资料审核重点
金属粘接如何选择材料	基材、载荷与使用环境	选择条件是否完整
表面处理会影响什么	清洁、处理和施工条件	操作说明与产品一致
性能数据怎样比较	试样、方法与测试条件	是否可以直接横向比较
能否用于特定环境	产品适用范围与验证要求	不能超出已验证范围
批量使用前怎么确认	样件、记录与确认流程	责任人与材料版本

森辰 GEO 在资料整理中的工作

我们应将技术数据、应用说明和安全相关资料分开归档，并记录每份文件的产品名称、版本和审核责任人。营销文章中的数值与结论必须能够回到具体资料；适用性未确认的场景列为待验证事项。

工业材料内容尤其需要区分“产品数据说明了什么”和“某个客户工况能否使用”。前者来自有效资料，后者需要结合实际输入确认。公开传播应保留这一区分，避免把一般描述变成具体应用承诺。

案例三 工业材料 场景示例

把测试条件与使用判断写完整

用应用任务组织内容

建议形成材料选择说明、测试数据解读、施工条件问答和样件确认流程。每篇内容只解决一个主要判断任务，涉及多个影响因素时，完整解释它们的关系，不将适用条件移到难以发现的位置。

内容单元	应保留的条件	应连接的资料
材料选择说明	基材、受力与环境	对应产品技术资料
测试数据解读	方法、试样与测试条件	报告或有效数据说明
施工条件问答	表面处理与操作要求	对应版本操作说明
样件确认流程	样件输入与结果确认	试验记录和责任分工

内容样稿示意

“判断金属粘接材料是否适用，应结合基材、表面状态、载荷和使用环境。技术数据表中的性能对应特定条件，不能直接代替全部实际工况。示例材料企业可提供产品资料与样件确认支持，具体应用应依据相关资料和验证结果作出判断。”

真实内容如引用测试结果，应说明结果适用范围。若报告只覆盖某一型号、样件或测试条件，不将其扩展为全部产品、全部使用场景的共同表现；不截取单个高值掩盖其他必要条件。

信源建设重在可核实

森辰 GEO 可协助整理公开资料目录，选择与材料选择、工艺应用相关的内容渠道。推广稿、企业自行发布的文章与独立测试报告应分开识别。文章采用问答结构有助于阅读，但形式本身不能代替专业审核和证据支持。

产品资料更新后，应检查自有页面、下载文件和可管理渠道中的对应内容。无法直接修改的外部页面列入跟进清单，记录联系与处理情况，不将“已申请修改”写成“已完成纠正”。

案例三 工业材料 场景示例

检查回答是否超出材料适用范围

把高风险误解列为优先任务

回答可能保留企业名称，却省略固化条件、基材范围或验证步骤。此时，品牌出现不代表内容准确。复核应同时查看条件是否完整、性能是否被夸大、结论是否得到来源支持，以及用户是否被引导到适当的确认步骤。

复核对象	应检查的问题	后续处理
适用材料	是否扩展到未说明的基材	核对并补充边界
性能描述	是否脱离原始测试条件	补充条件与出处
操作说明	是否混用不同产品要求	统一资料版本
推荐理由	是否与用户任务相关	改善应用解释
引用资料	是否能够支持对应表述	纠正来源关系

观察与业务反馈分开记录

森辰 GEO 保存原始问题和回答，记录相关错误，再将事实问题提交企业技术人员确认。业务团队可以汇总用户提交的基材、工况和验证需求，用于识别内容尚未解释清楚的环节。

咨询增加、样件申请或技术沟通进展，均需要独立记录。材料试用结果、订单和复购属于后续业务事实；没有完整记录时，不以 AI 回答中的推荐替代实际使用效果。

可迁移的方法

该场景说明，技术型品牌内容的可信度依赖条件与证据。森辰 GEO 在此类项目中的价值，是协助把专业资料转化为可读、可查的解释，并建立修订机制。是否适用于某一工况，应由具备相应职责的企业专业人员判断。

案例四 区域公装 场景示例

办公室公装的地域与项目匹配

场景设定与原有获客方式

设定一家以成都为主要业务区域的办公室公装服务企业，原有获客依靠转介绍、平台展示与销售沟通。公开内容常见“设计施工一体化”“服务全面”等概括，缺少项目类型、服务覆盖和协作过程的具体说明。

用户寻找服务商时，可能先问“成都办公室装修公司怎么选”，随后继续询问企业是否适合特定面积、项目用途和管理方式。转型需要把地域相关性与实际服务能力共同说明，不能只在文章中重复城市名称。

用户判断	需要公开解释的信息	内部资料来源
是否在服务范围	实际覆盖区域与服务方式	业务负责人确认
是否适合项目	项目类型与承接范围	项目与服务资料
能否有效沟通	需求确认和方案沟通流程	业务流程说明
如何控制范围	报价项、变更与确认方式	经审核的流程资料
如何检查成果	阶段成果与交付确认	项目交付说明

森辰 GEO 如何确定内容主题

我们应从用户准备项目时需要完成的任务出发，整理选公司、提需求、看方案、核范围与交付沟通等问题。对外内容应说明哪些信息能够提前判断，哪些需要结合现场与项目资料确认。

如使用实际项目图片和描述，应先确认授权与公开范围，注明企业承担的真实工作。案例中参与设计、施工、局部配套或项目管理等不同角色，应清晰区分，避免将参与项目写成独立完成全部项目。

案例四 区域公装 场景示例

让区域服务内容支持项目沟通

内容围绕服务过程展开

核心主题页说明服务区域与项目类型，需求清单帮助用户准备信息，流程页解释各阶段配合，项目说明页展示经授权的实际工作。没有可披露项目资料时，可发布方法与流程，不用虚构项目照片、业主评价或现场经历填补内容。

内容单元	解决的用户任务	需要统一的信息
区域服务页	判断服务能否覆盖	地域与联系主体
项目需求说明	准备沟通所需资料	用途、范围及项目条件
服务流程页	理解阶段安排与分工	输入、成果和确认节点
方案比较问答	理解报价与范围差异	比较维度及条件说明

内容样稿示意

“选择成都办公室公装服务商时，可先确认项目用途、所需服务范围、沟通方式和阶段成果。比较方案应同时查看报价包含的项目、条件假设与变更处理。示例公装企业可根据项目资料说明承接范围，再开展具体方案沟通。”

这类内容让用户知道如何比较和准备资料。真实发布时，服务区域、团队分工和项目承接范围应由企业确认，不使用未经证明的城市领先、覆盖全部区域或任何项目均可承接等表述。

区域信息保持可核对

森辰 GEO 可检查企业名称、品牌名称、公开地域信息与服务描述是否一致。第三方行业目录和合作渠道适合补充发现路径，但应维护准确资料；有偿稿件不能被描述为独立评价，重复分发不能替代真实项目能力。

对于区域扩展，可先写清服务方式与实际覆盖条件，再新增内容。更换地域名称并批量复制相同文章，难以说明不同区域的实际服务差异，也容易留下过期或不一致信息。

案例四 区域公装 场景示例

复核推荐范围与项目咨询质量

相关推荐需要符合地域和项目条件

复核不只看企业是否出现，还要检查回答是否准确介绍服务区域、是否符合办公室公装任务、是否把住宅或其他项目误写成主要能力，以及推荐理由是否来自可核对资料。

观察项目	原始记录要求	业务解释重点
地域匹配	问题中的城市与项目地点	是否在实际覆盖范围
任务匹配	项目用途和服务需求	是否属于承接类型
理由准确	回答原文与来源链接	是否夸大项目经验
咨询信息	用途、范围与联系过程	是否支持下一步沟通
误解反馈	用户重复追问与疑点	哪些页面需要补充

反馈到内容更新

如果用户经常误解服务边界，应优先修改主题页和流程页。若 AI 回答将企业与同名机构混淆，应核对品牌与企业身份关系、地域说明和公开链接。对被引用的错误页面，应记录可采取的修订动作与处理结果。

业务团队可记录咨询是否包含项目用途、基本需求与期望服务内容，再根据实际情况推进。来源为转介绍、平台、AI 搜索或多次接触的线索分别标记，无法确认的保留未知。不能把所有新增咨询都归因于 GEO。

可迁移的方法

区域服务的内容应让用户快速判断“是否相关”和“下一步如何确认”。森辰 GEO 负责将这些判断转化为清晰页面和复核任务。服务能力与项目质量仍需依靠实际团队和项目交付证明，公开内容应与这些事实持续一致。

案例五 企业服务 场景示例

企业财税服务的范围与责任说明

场景设定与需求特点

设定一家为企业跨境经营提供事务协调与财税服务支持的机构，公开内容介绍公司注册、资料准备和后续服务，但不同服务的边界、材料要求和协作责任混在同一段宣传文字中。

用户可能从“如何选择服务机构”追问到“哪些事项由机构处理、哪些需要企业确认”。此类问题对时点和业务条件敏感。内容建设应优先解释服务过程与责任，具体规则及个案结论需依据有效专业资料另行核实。

内容主题	应回答的问题	需要企业确认的资料
服务主体	由哪一主体提供什么服务	主体与合作关系
服务范围	包含哪些工作与成果	经确认的服务说明
材料准备	用户需要提供什么信息	材料与沟通清单
协作责任	哪些环节由谁确认	责任与确认节点
后续维护	后续事项如何继续跟进	服务边界与更新机制

森辰 GEO 如何处理专业信息

我们可协助梳理用户问题、组织内容和记录出处，由服务机构的专业人员审核涉及规则和个案判断的表述。企业介绍、一般服务流程与具体专业建议分开管理，避免将营销稿直接作为个案处理依据。

文章应明确所述服务的适用对象和条件，不使用结果保证替代专业解释。对于尚无可核实依据的时效、成本和办理结果，不填入看似精确的数字。报价与交付说明应引用有效版本，写清确认方式。

案例五 企业服务 场景示例

用服务说明替代笼统承诺

建立可核对的服务内容

建议将服务范围页、材料准备页、协作流程页和常见问题页相互连接。每一页回答一项用户任务，涉及动态信息时标注更新时间和审核责任人。更新触发可以来自业务调整、专业规则变化或用户反馈。

内容单元	应公开的信息	应避免的混淆
服务范围页	工作内容、成果与边界	把协助工作写成全部承担
材料准备页	输入材料与确认步骤	暗示无需真实资料
协作流程页	责任人、节点与沟通方式	把条件性安排写成保证
常见问题页	适用对象与核实路径	用一般信息替代个案意见

内容样稿示意

“选择企业服务机构时，应先核对服务主体、工作范围、材料要求和后续责任。示例服务机构可协助整理约定事项的资料与沟通流程；具体安排取决于企业情况、有效要求和双方确认的范围，需由相应专业人员进一步核实。”

该示意只说明如何选择与沟通，不提供具体法域的办理规则或专业结论。真实文章如涉及具体规则，应链接相应的有效来源，并由有职责的专业人员完成审核。

维护信源与事实边界

森辰 GEO 可协助整理机构介绍、专业人员公开信息、服务流程和专业资料链接。文章中的机构资质、合作关系及经验陈述，应得到有效材料支持；不将转载、付费介绍或平台收录描述为官方认证。

内容改写时，还应检查关键条件是否被删掉。标题、摘要和短视频文案虽短，也应与正文保持一致，不以更强的结果承诺吸引咨询后再在正文中撤回。

案例五 企业服务 场景示例

核验服务边界与专业信息的时效

观察回答是否准确分配责任

该场景的复核重点，是 AI 回答是否正确识别服务主体、是否保留必要条件、是否把协助性服务误写成结果保证，以及是否引用过期或不适用的信息。专业结论由机构专业人员判断是否需要纠正。

复核对象	需要保存的证据	修改责任
主体关系	名称、介绍与来源页	机构负责人确认
服务范围	回答原文与有效说明	业务负责人确认
专业表述	适用条件、时间与出处	专业人员审核
来源时效	页面版本和更新时间	内容维护人更新
咨询反馈	用户疑问与实际事项	业务团队汇总

内容与商机之间如何衔接

业务团队可以记录用户咨询时对服务内容的理解是否准确、能否按要求准备资料、是否需要反复解释责任。此类反馈用于改进内容，实际服务协议、报价和专业确认仍按业务流程进行。

如果出现平台回答中的过度承诺，应先保存原文，核对企业自身发布信息是否存在模糊表述，再处理可管理内容。外部平台回答无法由企业直接控制，后续修订和复核应保留过程，不能承诺立即消除所有误解。

可迁移的方法

专业服务机构的 GEO 建设，应把准确的身份、服务范围、流程与专业审核机制放在前面。森辰 GEO 在此提供内容组织和复核协作，专业结论由相应服务方负责确认，避免营销表达超出实际服务职责。

案例六 企业软件 场景示例

企业软件的功能与实施适配

场景设定与采购任务

设定一家面向企业提供业务协作软件的服务商，已有功能介绍、演示材料和销售演示，但不同版本的能力、部署条件、接口要求与实施范围缺少统一说明。用户在比较产品时，容易将演示功能、定制能力和标准交付混为一谈。

这一场景的转型目标，是支持业务负责人、使用人员和技术人员共同判断适配性。内容既要解释软件解决什么问题，也要说明企业需要准备哪些数据、流程和人员条件。

用户角色	典型问题	对应资料
业务负责人	是否支持现有业务流程	场景与流程说明
使用人员	日常操作如何完成	操作示例与帮助资料
技术人员	部署与接口需要什么条件	技术及接口说明
采购人员	各版本和服务有什么差异	有效版本与服务范围
项目负责人	实施与培训怎样安排	项目流程与责任分工

森辰 GEO 先统一版本事实

我们应帮助整理功能、版本、部署、接口和服务范围之间的关系。每项对外功能说明都能对应当前有效资料；尚在计划中的功能、需要额外开发的能力和标准产品已有功能分开表达。

在选题时，优先选择用户采购中确实需要作出的判断，例如流程衔接、角色权限、数据准备和实施配合。不能把所有热门软件术语加入页面后视为需求覆盖，也不能通过复制功能名制造没有实际差异的问题。

案例六 企业软件 场景示例

让软件内容说明条件与交付范围

从功能清单走向采购解释

建议组织场景页、功能说明、版本对比、实施流程和帮助文档，分别解释业务任务、实际能力、版本差异，以及客户与服务商的实施配合。截图和帮助文档与有效版本保持一致。

内容单元	用户需要理解的内容	审核依据
场景说明	什么任务可以由产品支持	经确认的业务流程
功能文档	功能输入、操作与限制	产品与帮助资料
版本比较	各版本包含的能力	有效版本说明
实施流程	数据、接口与培训配合	项目服务范围

内容样稿示意

“选择企业协作软件时，应先明确业务流程、参与角色和现有系统。示例软件服务商可根据已确认功能与实施范围说明适配方式：接口、历史数据迁移或定制开发等事项，需另行核对条件与范围。”

这类表达把产品能力与实施条件放在同一决策语境中。真实发布时，应具体说明哪些内容属于标准功能，哪些需要额外配置或服务，避免用户将演示环境中的安排理解为全部版本均可直接使用。

用文档体系支持信源一致

森辰 GEO 可协助梳理产品介绍、版本说明、帮助文档与渠道文章的链接关系。产品更新后，应优先维护主文档，再修订相关摘要、文章和短内容；暂时无法同步的渠道列入变更清单。

功能解释可使用操作示例，示例数据应明确为演示内容。不能将示例用户、演示使用量或内部测试表现当作真实客户采用情况，也不能以平台回答中出现某个功能名证明产品已支持该功能。

案例六 企业软件 场景示例

核验功能描述与实施预期

回答准确性需要逐项核对

软件场景容易出现版本混用、部署方式混淆、接口能力被扩写或定制服务被当作标准功能。复核时应保存回答原文、产品版本和对应文档，逐项判断是否准确，不能只记录品牌是否出现。

核验对象	重点检查	对应改进
功能能力	已有、计划与定制是否混写	统一功能说明
版本范围	是否把高版本能力写入全部版本	修订版本对比
部署与接口	是否缺少技术条件	补充要求与边界
实施服务	是否扩大标准交付范围	更新实施说明
业务适配	推荐理由是否符合用户流程	补充场景与操作解释

把业务反馈交回产品内容

销售团队可记录用户演示前最关心的问题、演示中产生的误解和项目启动前仍缺失的资料。产品团队确认功能事实，实施团队确认交付条件，森辰 GEO 据此整理页面修订与后续选题。

咨询、演示预约、试用、项目评审和签约属于不同阶段，建议分别统计。用户可能先通过 AI 了解，再经多次接触作出采购决定，来源应按实际证据记录，不能把后续签约全部归为 AI 搜索直接带来。

可迁移的方法

该场景的重点，是让软件功能、实施条件和服务范围在所有渠道保持一致。内容能够帮助用户形成合理预期，真实的采购适配和交付结果则需要产品与业务团队继续验证。

案例七 机电工程 场景示例

机电工程的承接范围与项目依据

场景设定与原有资料

设定一家提供建筑机电相关工程服务的企业，已有项目介绍、现场照片和服务范围说明，但部分资料没有区分独立承接、专业分项、合作参与与设备配套。用户难以判断企业在某个项目中的真实职责。

在 AI 搜索营销中，项目名称和行业关键词容易被重新组合为推荐理由。因此，公开信息应讲清企业承担了什么、在何种项目条件下实施、哪些成果可以披露，以及如何联系企业进一步核实。

信息类别	需要确认的事实	内容风险
企业身份	服务主体与品牌关系	同名或合作主体混淆
承接范围	可公开的服务与业务边界	将配套能力扩大为全项目能力
项目角色	实际负责的分项和工作	将参与写成全部独立完成
项目资料	可披露内容与使用授权	公开敏感或未授权信息
交付过程	阶段成果与协作责任	用笼统承诺替代过程说明

森辰 GEO 如何组织项目资料

我们应为每个拟公开项目建立事实表，记录项目类型、企业角色、服务范围、时间、可披露成果及审核人。涉及合作单位、业主名称、现场图片或业务资料时，先确认公开权限，再组织传播内容。

当项目资料不足以公开时，可先建设服务流程、协作方式和需求准备说明。方法内容可以帮助用户判断服务相关性，不需要通过虚构项目规模、客户名单和交付评价增加可信感。

案例七 机电工程 场景示例

用工作范围和过程支持工程比较

形成服务与项目的对应关系

服务页说明企业的工作范围，项目说明页展示经授权的实际承担内容，流程页解释需求沟通、方案确认与交付协作。各页面之间的关系应支持核实：项目能够证明哪些经验，哪些能力仍需结合当前任务确认。

内容单元	核心说明	所需依据
服务范围页	服务类型、地域及工作边界	业务负责人确认
项目说明页	项目角色、工作及可披露成果	项目记录与授权
协作流程页	用户输入、成果和确认节点	项目管理资料
需求准备问答	初步沟通需要哪些资料	业务与技术共同审核

内容样稿示意

“选择机电工程服务团队时，可先确认项目类型、所需工作范围和协作方式。示例工程企业可依据项目资料说明拟承担的工作，并通过实际记录介绍相关经验；具体方案、分工和交付要求需在项目沟通中进一步确认。”

真实项目内容应使用准确动词，例如设计配合、设备供应、分项施工、维护或项目协调。企业参与角色不同，能够支持的经验判断也不同，不把合作项目的全部成果归为自身独立完成。

公开资料与渠道维护

森辰 GEO 可协助整理企业介绍、服务说明与项目资料的发布关系。企业公开资质和专业身份信息应使用有效资料，说明主体及适用范围；平台收录、媒体稿件或推荐结果不构成工程能力认证。

项目新增或业务范围调整后，应更新相关页面与说明。转载内容无法同步修改的，保留出处和沟通记录，避免企业内部已经变更而公开渠道继续使用旧表述。

案例七 机电工程 场景示例

复核工程推荐理由与项目身份

先检查项目角色是否被放大

这一场景的 AI 回答复核，应优先检查企业是否被放在相关的服务任务中、项目角色是否准确、推荐理由是否由公开记录支持。出现合作项目名称时，不能直接判断平台已经正确理解企业实际工作。

复核项目	检查问题	后续动作
服务相关	任务是否在承接范围	修订服务说明
主体准确	是否混淆企业与合作方	统一身份信息
项目角色	是否扩大实际承担工作	补充角色说明
资料支持	来源能否证明对应经验	修正引用关系
需求承接	用户资料是否足以继续沟通	完善准备清单

用业务记录解释内容价值

业务团队可记录用户是否清楚提出项目类型、工作范围和协作诉求，以及哪些问题需要技术人员进一步确认。森辰 GEO 将重复问题整理为下一轮内容任务，企业项目负责人审核新增表达。

线索进入项目沟通、方案准备和合作确认，均应保留实际记录。若没有可以核实的来源与过程，不能将项目金额归因于某篇文章、某个平台或某次品牌提及。

可迁移的方法

工程服务的可信表达需要项目角色、服务边界与可披露依据共同支持。森辰 GEO 负责整理这些信息并形成可维护内容，使用户有明确的核实路径；企业仍需以真实项目执行和交付记录证明自身能力。

第三章 跨案例观察

七类场景可以复用哪些工作

七个示例的共同点，是将营销主题拆成用户需要完成的判断，再为每个判断补齐资料与核实路径。行业不同，资料重点不同：设备关注工况，传动关注型号与参数，材料关注测试条件，服务关注范围，软件关注版本，工程关注角色。

共用任务	可复用的工作成果	需要保留的行业差异
需求分类	主词与场景问题表	决策角色与选择条件
事实整理	企业知识与来源目录	参数、版本或服务责任
内容建设	主题页与问答结构	专业解释及审核方式
信源维护	发布与变更记录	渠道相关性及资料权限
回答复核	原文、来源与问题台账	错误类型和处理顺序
业务反馈	需求记录与修改清单	行业销售与交付过程

经验应按条件迁移

相同的内容结构可以复用，具体结论需要重新核实。设备案例中的试样思路不能直接替代软件场景中的试用安排，公装项目的地域逻辑也不能照搬到跨区域专业服务。迁移时先检查用户任务、必要输入和专业责任是否一致。

优先修复影响判断的信息问题

当资源有限时，先处理主体错误、产品或服务边界错误、过期版本和缺乏依据的强承诺。这些问题会影响用户判断，也可能在多个渠道之间持续传播。完成基础修复后，再扩展更多场景和内容形式。

森辰 GEO 可将共用模板用于任务组织，由企业专业人员确认行业事实。标准流程有助于工作接续，具体项目仍应保留必要差异，并允许根据真实复核结果调整任务顺序。

第三章 观察口径

怎样记录品牌呈现与业务进展

分别观察各环节发生了什么

内容发布、页面被引用、品牌被提及、相关推荐和业务转化是不同事件。Bing 在 AI Performance 公开预览说明中，也将引用活动与具体回答中的展示位置、重要性等判断作出区分。[5] 本书建议对不同事件分别建账。

记录类型	基本口径	必须保留的信息
内容交付	按约定完成并经审核的成果	版本、审核与发布位置
品牌提及	有效回答中出现约定品牌	原始问题与回答
相关推荐	品牌作为符合任务的选项出现	理由、条件与判断记录
来源引用	回答明确展示可核对来源	链接及所支持的表述
事实准确	关键事实与有效资料一致	比对依据与错误分类
业务进展	实际发生的咨询及后续状态	来源、时间与跟进记录

统一分母与失败记录

如计算样本提及率，应使用约定样本中提及品牌的有效回答数除以有效回答总数，同时列出计划查询数、有效回答数和失败数。失败不能作为未提及回答静默计入，也不能从报告中消失。不同指标可能重叠，不宜相加解释。

让前后观察具有可比性

保留同一组问题，并记录平台、时间、联网状态、新会话及重复轮次。按平台与任务类型分组比较，说明样本规模与条件变化。小样本只能解释相应观察，不能据此判断全部用户、平台或长期表现。

商机与成交另建记录。可确认来源、用户自述来源、多个接触渠道和未知来源分别标记。若缺少可比条件或完整业务记录，应描述观察到的变化及可能影响因素，不将变化全部解释为 GEO 工作的因果效果。

第四章 森辰 GEO 的方法优势

森辰如何让转型工作可检查

森辰 GEO 关注企业知识、内容表达、公开信源与真实回答之间的衔接。我们的服务方法，是把分散资料整理成可审核内容，再通过公开记录与业务反馈持续修订。方法优势应落实为客户能够检查和接续的成果。

方法特点	具体工作	客户可检查的成果
围绕真实需求	主词下整理角色与任务差异	分类问题表及取舍依据
保留事实依据	核对身份、参数与服务边界	企业知识表及来源目录
提供决策解释	将资料改写为适用判断	内容稿与专业审核记录
协同公开信源	维护发布、出处和更新关系	发布清单与变更记录
保留原始证据	记录回答与引用并分类复核	原文、截图与问题台账
连接业务反馈	汇总重复疑问并安排修改	反馈清单与下一轮任务

方法优势来自工作衔接

知识整理减少内容对个人记忆的依赖；专业审核减少改写中的事实偏差；原始记录支持双方复核；业务反馈帮助团队判断下一步应补充什么。客户可以按这些成果检查工作质量，避免只根据文章数量判断实施深度。

以实际项目约定确定服务范围

企业可以根据内部资源选择协同执行、专项内容建设、方法培训或阶段复盘。实际项目的平台、主词、成果数量、责任人和服务周期应写入约定。方法介绍不构成对推荐位置、稳定出现或成交结果的统一保证。

本书中的行业场景展示了森辰 GEO 可采用的分析和实施方式。正式对外披露项目业绩时，应使用实际交付资料、客户授权和可追溯观察记录，区分服务承诺、工作成果与已经发生的经营结果。

第四章 项目交付

企业与森辰如何分工协作

从范围约定开始组织项目

项目启动时，双方先确认品牌和企业名称、主词、目标用户任务、平台、内容权限与审核责任。把需求问题清单和内容任务分开：前者限定观察范围，后者限定应交付的工作，两者相互对应并分别维护版本。

阶段	森辰 GEO 主要工作	企业主要工作
启动	整理范围、任务与资料需求	确认主体、业务与负责人
知识整理	建立事实表与来源目录	提供有效材料并确认权限
内容建设	编写、改写与组织内容	审核专业事实和业务承诺
发布维护	记录渠道、版本与变更	确认可管理渠道与权限
回答复核	采集记录与分类问题	参与事实核验及争议复核
业务反馈	汇总反馈并安排内容改进	提供实际咨询与跟进信息

每份交付明确完成标准

内容稿应具备主题、来源、审核与版本记录；发布成果应具备可核对位置和实际状态；观察报告应能够回到原始问题与回答；改进清单应说明问题、责任人和处理状态。尚未完成的事项单列，不以计划数量代替完成数量。

验收与调整保留书面记录

如项目约定可见性目标，应同时确认问题样本、平台与查询条件、有效露出含义、观察周期和复核方式。补救安排及未完成事项的处理应按双方实际协议执行，不以宣传稿替代合同约定。

主词、行业方向、平台或服务范围发生变化时，应记录新增任务和资源影响。人员交接时，交付知识目录、内容文件、发布清单和复核台账，使企业能够继续使用已有成果。

第五章 实施安排

用九十天建立可持续的工作机制

以下为项目组织建议。九十天用于安排资料、内容、观察和复盘，不代表平台收录、推荐或经营增长的保证周期。企业资料成熟度、审核效率和项目范围会影响具体节奏。

建议阶段	主要任务	阶段检查
第 1 至 15 天	确认范围、整理资料与初始观察	业务事实与问题清单可核对
第 16 至 30 天	完成核心内容并建立审核记录	主要决策问题有对应资料
第 31 至 60 天	分批发布、维护信源并复核	页面、来源与回答问题可追溯
第 61 至 90 天	修订内容、回收业务反馈与复盘	形成下一轮优先任务

先建设能够支持核心需求的内容

首轮内容优先覆盖企业身份、主要产品或服务、适用条件和确认流程。每一项新增内容都应对应具体需求缺口。专业事实未确认时，先推进其他可独立完成的内容，不用模糊表述填补关键事实。

按问题安排资源

企业负责人协调范围与资料，专业人员审核事实，内容团队组织表达，技术人员处理页面访问和版本问题，业务人员回收咨询反馈。森辰 GEO 负责约定范围内的任务组织与执行，双方确认替补负责人和反馈节奏。

复盘决定下一轮投入

阶段复盘同时查看交付完成情况、回答中的主要错误、场景覆盖与业务反馈。若基础信息仍不准确，应先修复；若核心问题已解释清楚，再扩展内容主题或公开渠道。资源安排依据实际缺口调整，不按单一数量指标机械追加。

附录 A 案例沉淀模板

如何将真实项目整理成公开案例

真实案例应让读者能够理解业务问题、实施动作及结果依据。项目尚未形成完整证据时，可先保存为内部记录；公开传播前确认客户授权、敏感信息处理和结论的适用范围。

案例字段	需要记录的信息	公开前核对
企业与项目背景	行业、任务、服务范围与周期	主体及公开权限
初始问题	原有内容、业务缺口与观察记录	不夸大转型前问题
实施动作	资料、内容、渠道与复核工作	实际完成状态
原始依据	版本、链接、回答和业务记录	可追溯且对应结论
观察结果	平台、样本、时间与指标	条件、分母和限制
业务反馈	需求变化与跟进进展	来源与实际发生记录
后续改进	未完成问题和下一轮安排	责任人与处理状态

结果陈述的推荐写法

描述可见性变化时，写明观察对象、平台、样本条件与时间，再给出实际结果及限制。描述业务进展时，说明已发生的咨询、评审或合作状态，并区分已确认来源和无法确认来源。

客户评价应保留原话及使用授权，照片和截图应核对内容与时间。经脱敏的真实案例仍应有内部原始依据；“匿名”不能代替事实核实。场景示例则持续保留示例标识，不与真实项目成果混排。

森辰 GEO 的案例维护建议

为每个案例建立责任人和版本号，业务或公开权限变化后及时复查。对外摘要、标题、图文和视频脚本应与案例原文一致，避免在二次传播中扩大结果或删除必要条件。

参考资料

研究与平台官方资料

01 GEO 研究的基本框架

Aggarwal 等, GEO Generative Engine Optimization, 2023 年首次提交, 2024 年修订并发表于 KDD。本文借鉴其对生成式回答可见性的研究视角, 不将论文实验结果作为森辰 GEO 客户效果或国内各平台的通用结论。

<https://arxiv.org/abs/2311.09735>

02 检索与生成的关系

Lewis 等, Retrieval Augmented Generation for Knowledge Intensive NLP Tasks, NeurIPS 2020。用于理解外部检索信息与生成回答的关系, 不据此推定任何商业平台的全部实现机制。

<https://arxiv.org/abs/2005.11401>

03 有用内容与搜索基础

Google Search Central, Top ways to ensure your content performs well in Google's AI experiences on Search, 2025 年 5 月 21 日。本文引用其关于独特有用内容、页面体验、内容访问及信息一致性的建议; 适用对象为 Google 相关搜索体验。

<https://developers.google.com/search/blog/2025/05/succeeding-in-ai-search>

04 生成式搜索与 SEO 基础

Google Search Central, A new resource for optimizing for generative AI in Google Search, 2026 年 5 月 15 日。发布说明强调有价值的独特内容及 SEO 基础仍然相关。该说明提供理解生成式搜索内容建设的背景, 具体平台规则以相应官方说明为准。

<https://developers.google.com/search/blog/2026/05/a-new-resource-for-optimizing>

参考资料与出品说明

平台观察与本版说明

05 引用活动的观察口径

Microsoft Bing Webmaster Blog, Introducing AI Performance in Bing Webmaster Tools Public Preview, 2026 年 2 月 10 日。用于参考引用次数、被引用页面和相关查询等指标的含义；该工具覆盖其说明的 Microsoft 相关体验，不代表其他平台全量表现。

<https://blogs.bing.com/webmaster/2026/2/Introducing-AI-Performance-in-Bing-Webmaster-Tools-Public-Preview/>

06 页面版本与重复内容

Microsoft Bing Webmaster Blog, Does Duplicate Content Hurt SEO and AI Search Visibility, 2025 年 12 月 19 日。用于参考近重复页面、旧版本与信号不一致问题，不将其中建议解释为任何平台推荐结果的保证。

<https://blogs.bing.com/webmaster/2025/12/Does-Duplicate-Content-Hurt-SEO-and-AI-Search-Visibility/>

本版说明

本案例集由森辰 GEO 编制，品牌主体为东莞森辰电子商务有限公司。版本日期为 2026 年 7 月 8 日。七个行业案例为场景化方法示例；真实项目应依据客户授权与可追溯记录另行整理。

本书将研究与官方资料用于方法背景说明，行业选题、任务安排和交付模板属于森辰 GEO 在本案例集提出的实施建议。引用这些资料不表示研究者或平台对森辰 GEO 作出认可、认证或合作背书。

我们希望企业从一个明确主词、一组真实需求和一份可信资料开始，逐步建立能够审核、维护与复盘的内容体系。森辰 GEO 将围绕双方确认的范围组织执行，让企业能够看清工作过程，并用实际记录检查改进。

森辰 GEO 出品

2026 年 7 月 8 日