

森辰重磅发布！

从搜索到 AI 推荐： 2026 企业 GEO 优化的 新挑战与新策略

企业 AI 搜索可见性与推荐理由建设



森辰 GEO 出品

2026 年 6 月 15 日

执行摘要

让企业专业能力成为推荐的依据

2026 年 6 月 15 日，森辰 GEO 发布《从搜索到 AI 推荐：2026 企业 GEO 优化的新挑战与新策略》。本报告围绕企业如何在 AI 搜索中被准确理解、作为相关选择被呈现，以及如何承接后续需求，提出可分阶段实施的工作方法。

企业已有产品资料、销售问答、专业文章和项目记录，可以成为建设起点。新的任务是把这些材料对应到用户判断，保留事实与条件，维护公开表达，并用完整记录检查答案中的企业信息。

本报告的主要建议

围绕一个明确业务主题，依次组织主词与场景、企业知识、决策内容、公开信源、页面维护、结果复核与业务协作七项策略。先处理影响事实和用户理解的缺口，再依据记录安排扩展。

评价工作时，分开看执行完成、品牌呈现、事实准确、来源引用和业务反馈。品牌出现后还要核对主体与语境，存在引用还要核查支持关系，咨询和成交则结合实际来源及销售过程判断。

森辰发布本报告的目的

我们希望把企业关心的“AI 为什么会提到我”“用户为什么把我列为选择”“下一步该做什么”转为可执行任务。报告也说明森辰 GEO 如何组织问题研究、内容与信源建设，以及多平台观察和持续复核，使企业能够理解协作方法与交付依据。

编制与使用说明

本报告面向企业负责人、市场及内容团队、业务专家、技术和项目人员。版本日期与资料截止日期为 2026 年 6 月 15 日，参考此前公开的研究和官方资料。平台说明仅在相应产品和条件范围内使用。

本报告的策略、任务模板、试行数量和周期用于组织实施，不构成平台规则或固定起效承诺。行业章节提供实施建议，计算示意仅用于说明口径；报告不提供全国调研统计、客户成效或行业排名。

报告使用 AI 辅助资料整理与文字编写。企业采用时，应确认资料权限、专业事实和岗位责任，保留原始记录，再结合业务基础调整实施范围。参考资料及适用范围列于文末。

目录

执行摘要	02
范围与主要建议	
第一章 发布缘由与业务变化	04
森辰的发布目的与企业新增任务	
第二章 企业面临的新挑战	06
任务、信息依据与结果解释	
第三章 七项优化策略与执行方法	09
输入、成果与责任衔接	
第四章 试行复核与业务解释	18
小范围试行、指标与经营反馈	
第五章 不同行业的实施重点	21
工业制造、企业服务与区域服务	
第六章 实施路线与项目交付	24
九十天计划、资源与成果约定	
第七章 森辰 GEO 的方法优势与协作价值	27
方法优势与具体工作安排	
附录 A 与 B	29
项目任务、审核复核与改进模板	
参考资料与版本说明	31
研究、官方资料及适用范围	

阅读建议：负责人先读第一、二、六、七章；执行团队重点使用第三、四章；行业人员结合第五章与两份附录，把策略转为具体项目任务。

第一章 发布缘由与业务变化

森辰为什么发布这份策略报告

把企业关心的问题说明白

从搜索进入 AI 推荐场景，企业需要解释的不只是名称和业务，还包括适用条件、选择理由及可验证依据。负责人既要判断该做哪些工作，也需要理解每项工作的用途和完成标准。

森辰 GEO 发布本报告，首先是为了提供一套共同语言。我们把“被发现”“被正确描述”“被作为相关候选”“被用户继续核实”分别讨论，让企业能够对齐目标、内容与评价方法。

让执行安排能够被理解

企业决定建设内容或增加渠道时，应知道材料从哪里来、哪些表述需要业务确认，以及发布后如何维护。报告将这些关系写成工作步骤，帮助企业与执行团队就责任和交付形成清楚约定。

我们同时希望降低对单次截图和零散技巧的依赖。完整答案、查询条件、事实来源和修改记录，可以帮助企业解释当前状态，也为下一轮改进提供依据。

保留已有营销资产的价值

产品手册、技术资料、销售答疑和专业内容可以复用。森辰 GEO 建议围绕真实采购任务重新组织这些材料，完善公开说明与来源关系，再观察 AI 回答如何呈现企业能力。

发布目的	本报告采用的方式	企业可以得到什么
明确建设方向	区分发现理解推荐与承接	能对应业务的工作目标
解释执行方法	七项策略与任务关系	有依据的实施顺序
改善协作判断	保留资料审核与原始记录	可核查的交付与复盘

报告体现的是森辰 GEO 对企业 GEO 建设的方法主张。具体效果需要在实际平台、任务和时间条件下观察，专业判断与持续维护贯穿实施过程。

第一章 发布缘由与业务变化

从搜索走向推荐意味着哪些新任务

企业需要同时服务不同入口

用户可以通过网页搜索、对话式查询、行业内容和销售沟通理解企业。不同入口承担的任务有所重叠，也各有特点。企业应维护共同事实，再按入口组织表达和后续资料。

GEO 研究关注内容在生成式答案中的可见性，为理解这一新增观察对象提供背景。[01] 本报告讨论企业知识、内容与协作如何应对这些任务，不将特定实验结论推定为所有平台规则。

按用户判断安排信息

用户正在做什么	企业应解释的内容	后续需要的材料
理解产品或服务	原理用途及适用对象	基础说明与相关问答
比较不同方案	条件差异及选择代价	同维度比较与限制
筛选合作企业	能力范围和专业依据	有效资料与过程记录
准备进一步沟通	所需输入和协作方式	准备清单与沟通路径

把推荐理解为相关性判断

企业出现在答案中后，仍需检查是否为目标主体、是否与用户条件匹配，以及为什么被列为候选。名称出现、相关候选、明确推荐和来源引用，应按事先规则分别记录。

对“推荐理由”的内容建设，应回到真实能力。某项设备优势要说明适用工况，某项服务能力要说明对象、流程和责任。公开表述与实际承接范围保持一致，才能支持后续核实。

建立可维护的建设对象

内容可以按主题与资料关系维护，观察可以按问题与平台组合保存，业务反馈可以按需求与来源记录。将这些对象关联起来，有助于在事实变化时找到受影响位置，并安排修订。

第二章 企业面临的新挑战

挑战一 任务变化与主体理解

主词相同不代表用户任务相同

同一产品主词下，用户可能询问原理、工况、方案差异、供应商条件或维护要求。若内容只重复产品名称，用户仍难以判断企业是否适合自己的具体需求。

问题研究需要保留会改变选择的条件。例如型号、环境、服务区域和交付输入可能影响答案；仅把“怎么选”改为“如何选择”，通常未形成新的实质任务。

主体名称与能力容易混淆

企业名称、品牌、产品系列、代理关系和区域服务表达应清楚。简称不一致、旧名称残留或能力边界模糊，可能使读者和系统难以区分不同主体。

常见问题	对判断的影响	优先处理动作
只围绕短词重复写作	缺少情境和选择依据	补充真实用户任务
品牌与公司关系不清	难以识别目标主体	统一名称及关系说明
产品与服务边界过宽	容易产生适配误解	明确限制与可承接范围
以问法数量计算需求	规划与观察范围失真	按实质任务分类去重

新增内容之前先补范围

企业应先选择一个能够提供充分资料的业务主题，确认用户、条件和责任人，再安排问题与内容。对尚未核实的能力，保留待确认状态，避免在多个渠道继续扩展。

当观察发现主体被误写时，先核对企业底稿和各公开位置。修正名称与能力关系后，再复核相应问题，保留变化与未解决事项。

第二章 企业面临的新挑战

挑战二 信息存在与证据成立

发布资料之后仍有多项状态

内容已发布、能够访问、被平台发现、进入答案以及被用作推荐依据，属于不同状态。企业应为可观察状态分别保留记录，不用一次发布动作推定后续结果。

检索增强生成研究讨论了外部检索与语言生成结合的一类技术路径。[02] 这有助于理解信息来源可能参与答案形成；具体平台何时使用哪份资料，仍需依靠实际记录判断。

重复信息可能掩盖事实冲突

同一参数存在多个版本时，更多稿件可能扩大维护范围。不同发布主体转载同一原稿，形成了传播覆盖，却未必增加独立事实依据。信源建设应说明出处、支持关系和传播关系。

信息状态	需要核查什么	常见误判
页面已发布	当前版本与访问情况	默认已被 AI 平台使用
企业被提及	主体语境及相关条件	默认构成有效推荐
出现来源链接	链接能否支持对应表述	默认全文获得认可
多处存在相近内容	原始出处及版本关系	默认形成独立验证

把专业依据留在内容关系中

参数保留型号、单位和环境，服务说明保留对象与责任。技术过程、操作记录 and 有效资质可以用于支持相关表述，但应经过业务人员确认并明确使用权限。

资料缺口应成为待办。利用 AI 整理材料时，不能让工具补出不存在的客户、资质或性能，再以新稿件继续传播。对已发现的关键错误，先处理原始资料和关联位置。

第二章 企业面临的新挑战

挑战三 结果波动与经营解释

平台条件变化影响可比性

平台入口、联网模式、会话上下文和查询时间可能影响结果。一个问题在不同环境下得到不同答案，并不能直接证明企业能力发生变化，也不能据此断定某项内容完全失效。

观察需要固定可说明的操作条件，保存正常结果和异常。平台差异单独展示，解释范围随实际证据确定。对无法核实的来源或事实，保留未知状态。

参与决策与带来成交分别核查

用户可能在访问企业页面前了解部分信息，也可能通过其他渠道继续核实。仅凭访问点击难以描述完整接触过程，品牌呈现也不能直接兑换为成交数量。

管理难点	需要补充的记录	解释时应保留什么
前后答案发生变化	样本环境与原始全文	条件差异及其他因素
系统判断与人工不同	判断规则及原文位置	分歧与复核意见
有曝光但来源不清	引荐自述及销售记录	未知或多渠道接触
执行规模快速扩大	人工审核和维护任务	实际投入及资源限制

工具使用需要对应责任

NIST 生成式 AI 风险管理资料为组织在使用和评价 AI 时考虑可信性提供参考。[08] 企业应明确可输入资料、审核人、原始记录和问题处置责任，使工具输出能够被核查和修订。

如果自动系统识别出同名企业、负面提及或无效来源，应由人员按规则复核。执行量增加时，也应同步安排业务确认、争议处理和内容维护，避免报告只有数量而没有解释。

用七项策略组织持续建设

策略围绕同一业务主题衔接

本报告将实施工作分为七项策略：主词与场景规划、企业知识建设、决策内容改造、公开信源管理、页面与版本维护、结果观察复核、业务承接与组织协作。每项策略都应有输入、成果和负责人。



图 3-1 七项策略在企业持续建设中的工作关系示意

从资料确认到改进任务

先确定要解释的任务和可公开事实，再制作内容并安排渠道。观察发现问题后，回到对应知识、内容或流程处理。实际工作可以并行，但事实确认和权限核对不应被跳过。

以任务依赖安排优先级

当前主要缺口	优先策略	应形成的成果
产品或服务范围不清	任务与知识	主题说明和有效底稿
内容缺少选择理由	决策内容	有条件有依据的说明
多处信息相互矛盾	信源与维护	关联位置及修订记录
无法解释观察变化	观察与协作	原始记录及具体待办

策略选择应结合业务需求和当前基础。先完成能被维护的一组核心任务，再考虑增加产品、地区或平台，避免资源扩展超过审核与交接能力。

第三章 七项优化策略与执行方法

策略一 从主词组织真实场景

主词用于限定业务主题

一个主词可以承载不同用户任务。企业应明确其对应产品、服务及范围，再从真实销售问答、技术咨询、售后问题和公开行业讨论中整理情境，形成候选问题。

候选问题经业务人员审核后进入正式清单。使用 AI 协助拓展时，保留资料来源和待核事项，不能把生成数量直接称为真实搜索量或独立需求数量。

问题清单的建议字段

记录项	应写明的内容	主要用途
主词与业务范围	对应产品服务及边界	限定任务对象
用户与情境	谁在什么条件下提问	解释实际需求
需要的判断	条件选择比较或合作核实	决定内容方向
有效资料	支持回答的知识与材料	检查能否制作
分类与去重	保留或合并的理由	防止重复扩量

把差异落实到选择条件

不同工况、地区或交付输入可能构成独立任务，前提是差异实际影响判断。仅增加“推荐”“哪家好”等表达，通常应作为同一任务的不同问法管理。

品牌直查用于观察已知主体的解释，自然需求问题用于观察相关发现；竞品比较另行确认对象、资料与时间。不同类型问题分开分析，避免混合形成难以解释的总数。

输出与完成条件

本策略交付主词范围、分类问题、去重说明及内容优先级。另一名成员应能够理解每项任务为何保留、需要什么资料，以及先处理哪一组问题。

正式内容规划与固定观察样本可以关联，但用途和版本分别管理。新增探索问题先单列，经确认后再决定是否进入后续周期。

第三章 七项优化策略与执行方法

策略二 把企业资料整理为有效知识

以单项事实建立底稿

把企业身份、产品用途、服务范围、参数与专业过程拆成可核查条目。每条保留对象、条件、来源、版本、确认人和公开范围，避免复合宣传句中混入无法证实的承诺。

企业自有知识与外部同行资料分别管理。同行公开材料可以帮助理解问题和表达方式，不能转写成企业自己的产品性能、人员经验或项目事实。

知识条目与使用关系

条目字段	应保留的信息	维护目的
对象与事实	名称型号或服务内容	避免主体混淆
条件与限制	单位环境地区及有效期	保留判断前提
来源与确认	原文件位置及确认人	支持审核与核查
权限与状态	公开内部受限或待核	控制输入和传播
关联位置	页面稿件及销售材料	支持同步更新

用冲突清单推动确认

出现多个版本时，说明差异、影响对象和待确认问题，由业务人员决定有效状态。无法确认的内容继续保留未知，不让编辑或模型选择看起来更有利的版本。

参数更新后，先修改底稿，再找到关联使用位置。对外部无法立即修正的内容，保留沟通状态和后续检查安排，避免漏掉旧表达。

输出与完成条件

交付有效知识底稿、待核事项和关联清单。复核者可以从公开表述回到原始材料，并说明哪些内容允许使用、哪些条件不能省略。

知识库可以服务内部协作和内容审核；企业将资料存入自身系统，并不自动意味着外部 AI 平台已经获取、训练或引用这些材料。

第三章 七项优化策略与执行方法

策略三 让内容解释选择理由

先回答任务再展开依据

内容开头直接回应用户关心的判断，再说明适用条件、解释过程、证据及限制。需要企业介绍时，选择与当前问题有关的信息，避免让宣传段落遮住读者真正需要的答案。

企业可以说明自身能力，但每项优势都应与用户任务联系。例如交付范围如何影响协作、参数如何影响选择、服务流程需要哪些输入。选择理由由真实资料支持，不能由推荐话术代替。

不同内容承担不同任务

内容形式	适合解释的任务	应保留的关键条件
原理与应用说明	是否适用及如何工作	对象场景和限制
选型与比较内容	怎样取舍不同方案	同维度及资料时点
专业问答	某个具体问题如何判断	前提依据和下一步
流程与准备清单	如何推进后续合作	输入责任与交付范围
技术过程说明	能力怎样形成与核实	角色条件和事实出处

为重要表述建立事实关联

参数和专业判断关联知识条目，读者需要进一步核实时能找到适当材料。部分详细资料不适合公开时，可以说明可公开范围和核实方式，并由业务人员继续确认。

一篇完整内容可以回答多个相关问题，也可以通过关联页面补充复杂条件。内容数量应服从任务覆盖和维护能力，不把每个同义问法都变成一篇近似文章。

输出与完成条件

交付问题关联、内容初稿、业务审核及修订稿。读者应能复述适用条件和后续动作，复核者可以解释每项关键表述的依据。资料条件改变时，应能指出受影响段落。

第三章 七项优化策略与执行方法

把内容质量变成可审核事项

用材料支持经验与专业判断

Google 公开讨论的 E-E-A-T 包括经验、专业性、权威性与可信度，可作为内容自查参考。其质量评价指南不直接决定排名，也不是全部 AI 平台共同的评分标准。[04]

企业可以从自身真实过程、技术说明、有效资质和明确来源中组织材料。将这些内容贴上标签或换成更强烈的语气，不能替代事实核查。

内容审核的五个方面

审核方面	应确认什么	需要退回修订的情况
任务回答	是否帮助用户作出判断	只有行业介绍与宣传
事实依据	重要表述能否对应材料	参数或能力缺少出处
条件边界	是否保留适用前提	局部能力被写成普遍承诺
比较口径	对象维度及时点是否一致	资料不足却下结论
阅读与承接	是否易理解并能继续核实	条件省略或路径失效

让 AI 辅助整理而不是补事实

输入任务时明确材料范围、写作目的和未知内容的处理方式。生成后逐项检查名称、数字、条件、引用和新增判断。模型润色不能代替专业人员确认。

短内容可以缩短篇幅，但应保留影响用户判断的重要前提。网页、图文、短视频文字与销售材料使用同一事实底稿，关键内容更新时同步检查字幕、正文和相关文件。

以修订记录支持持续改善

审核意见应指出具体位置、原因和下一步动作。保留初稿与修改依据，方便他人理解判断过程。对反复出现的问题，调整写作模板或资料输入，而不只是逐篇修补。

复核内容时同时保留尚未确认的事项，写清责任人和允许公开的范围。最终稿可读、可核实且便于维护，才适合继续安排传播。

第三章 七项优化策略与执行方法

策略四 建立相关且可核查的信源关系

先判断来源能支持什么

行业媒体、专业社区、协会信息、合作方材料和企业自身内容，可以承担不同信息任务。来源价值应结合主题、原始材料和身份判断，不能仅看名称或发布数量。

企业委托、提供材料或转载的内容，应按实际关系管理。同一原稿的多处传播形成覆盖，不直接等于多个独立主体分别验证了企业能力。

信源档案的建议内容

档案项目	应记录的信息	主要核查目的
发布主体	媒体机构作者或账号	识别来源身份
原始依据	文件采访或专业材料	支持关键表述
传播关系	原创转载及商业合作	解释独立程度
使用位置	链接日期与引用用途	关联内容和观察
当前状态	有效待核待修或失效	组织后续维护

围绕业务主题补充信息

优先补充能够帮助读者理解技术条件、行业应用或协作过程的内容。传播材料应与企业知识一致，重要限制不因渠道缩写而消失。涉及授权的资料先确认可用范围。

被 AI 答案引用时，检查原文是否支持对应表述，链接是否仍有效。引用一篇文章不代表认可其全部内容，也不构成对服务效果的机构背书。

输出与完成条件

交付来源清单、事实关联、发布记录及维护事项。业务或资料更新后，可以找到相关位置并安排修正；暂时无法处理的外部内容保留状态和复查时间。

信源建设应支持真实信息的公开与核查。企业之间的比较保持资料口径一致，避免以未经证实的负面表述塑造自身优势。

第三章 七项优化策略与执行方法

策略五 保持页面访问与版本一致

让关键内容能够被实际使用

先检查核心页面能否访问，正文是否易于阅读，相关资料和沟通入口是否有效。技术人员核对平台要求与站点设置，业务人员确认当前表达和定稿一致。

Google 在其 AI 搜索建议中，将页面体验、技术可访问性以及结构化数据与可见内容一致等作为相关工作方向。[03] 这些要求按其产品范围使用，其他平台另行核对。

发布维护的检查顺序

检查层次	应核实的问题	形成的记录
当前事实	名称参数和服务范围是否一致	业务确认与知识版本
正文内容	关键说明能否正常查看	页面检查与修订稿
页面关系	相关内容文件能否找到	链接与资料关联
技术表达	标记是否符合实际可见内容	配置及验证结果
更新维护	变化后能否处理全部位置	修改状态与责任人

处理重复与过期版本

Bing 关于重复内容的说明讨论了近似版本可能带来的信息与页面选择问题。[07] 企业应结合站点处理主版本和关联链接，减少旧参数、失效页面及无实质差异内容的维护负担。

结构化数据用于表达页面真实信息，不能填入正文没有的资质或评价。新增某个文件或技术配置，也不等于获得所有 AI 平台推荐，应分别验证配置和可观察结果。

输出与完成条件

交付页面及资料清单、发布核对、技术问题和更新安排。选择一次业务变化，检查团队是否能够从确认稿找到使用位置，并处理未完成事项。

技术工作与内容工作共同支持用户核实。页面发布、被发现、被引用与被推荐各自保留证据，不将其自动视为同一状态。

策略六 用真实记录观察并复核结果

先确定问题与操作条件

按业务任务选择固定问题，写清平台、入口、模式、联网状态、会话要求、时间窗口和重复次数。样本选择与异常处理在操作前说明，正常无品牌答案也按规则保留。

平台可根据目标用户选择豆包、通义千问、DeepSeek、文心一言、Kimi 或腾讯元宝。各平台分别保存条件与结果，API 和普通产品界面未经说明不混合统计。

结果记录与判断分开保存

记录对象	保留的材料	复核重点
查询条件	问题与环境版本	是否符合约定操作
原始答案	全文完整截图及来源	是否保留上下文
企业呈现	名称位置及相关语境	主体是否正确适配
来源引用	链接及对应内容	支持关系是否成立
异常与分歧	失败缺失及复核意见	是否按规则一致处理

为平台差异保留解释

某平台出现品牌而另一平台未出现时，先核对条件和原文，再分析内容与来源缺口。不同平台的表现分开记录，不能用一个平台的成功截图代表全部覆盖。

自动系统可以提取名称和链接，但同名主体、负面语境和引用关系仍需人工核对。重要判断能从报告回到原文，争议处理保留规则版本和复核责任。

输出与完成条件

交付查询协议、样本清单、原始记录、判断明细和待办。复核者可以按相同口径重现统计，并说明变化及限制。模拟答案可以用于培训，但应明确标识，不作为真实平台结果。

第三章 七项优化策略与执行方法

策略七 连接业务承接与团队协作

将内容之后的工作安排清楚

用户看到企业信息后，应能进一步核实条件、准备资料并找到适当沟通路径。内容团队与业务团队共同检查这些环节，避免只有品牌展示而缺少后续说明。

事实审核、内容制作、渠道维护、观察分析和项目协调各有责任。小团队可以兼任，但每项任务写清确认人、执行人、复核人与完成条件。

从反馈识别需要改进的位置

反馈情况	应先核实的原因	可执行的动作
重复询问同一条件	公开说明是否缺失	补充条件与准备资料
需求超出服务区域	页面与传播是否过宽	修正范围和承接规则
资料准备不完整	输入要求是否易理解	完善清单与沟通说明
来源无法确认	记录字段是否合理	保留未知并补充依据
交接持续依赖个人	资料责任是否完整	补齐记录并安排演示

用任务而不是笼统结论协作

反馈应写成对象、原因、动作、责任和复核方式。例如补齐某项条件并更新关联内容，比“加强内容建设”更便于执行。业务事实改变时同步检查观察样本与材料范围。

内部或外部团队协作，都需要确认输入材料、公开权限和审核安排。执行过程中发现范围变化，先说明影响再调整任务，保留当前未完成事项。

输出与完成条件

交付责任安排、需求反馈、改进任务及交接记录。接替人员依据资料可以继续完成任务，业务人员能够说明当前信息与实际承接是否一致，为下一轮投入提供依据。

第四章 试行复核与业务解释

以小范围试行检验改进方向

一次试行回答一个主要问题

企业可以先选择一组资料充分的任务，写明希望解决的缺口，例如适用条件缺失、事实错误或来源不清。每轮尽量明确主要修改对象，记录同时发生的其他变化。

初始记录、修改内容、发布时间和复核条件关联保存。若多项动作一起推进，应如实说明，避免把全部结果归为某一篇文章或某个配置。

试行任务的建议结构

记录项目	应写明的内容	核查目的
初始问题	哪些任务或事实存在缺口	明确改进对象
修改假设	为什么这项动作可能有帮助	保留判断依据
执行动作	具体内容渠道及责任	检查是否按计划完成
观察安排	样本条件和时间窗口	支持前后比较
其他变化	平台资料范围与人员变动	限定解释范围
后续决定	继续调整停止或补证	形成下一轮任务

选择比较方式时说明限制

条件允许时，可以保留尚未改造、任务类型相近的内容作为参考，并记录其差异。小范围业务试行往往难以控制所有因素，因此比较结果更适合作为调整线索，不直接宣称证明了稳定因果关系。

发布后的等待和复核按项目节奏安排。内容可访问不代表平台已使用，不应为了得到有利答案不断改变问题、模式或重复次数。

完成条件与交接

一次试行应交付修改记录、原始答案、差异解释和下一步决定。没有明显变化时也保留结果，检查是否存在资料、入口或观察条件问题，再决定继续维护、补充材料或调整范围。

试行形成的有效方法进入工作模板，未解决事项保留责任人。后续更换执行人员时，可以依据记录理解为何采取这些动作。

第四章 试行复核与业务解释

用分开的指标解释答案表现

指标应能回到原始记录

品牌提及、有效推荐、事实准确和来源引用具有不同含义。事先定义目标主体与相关推荐条件，说明分子、分母、样本范围及异常处理，避免只展示百分比。

观察指标	建议记录方式	解释时需要注意
品牌提及	有目标主体的有效回答数及占比	负面与无关语境单列
有效推荐	符合约定推荐条件的有效回答数及占比	说明候选与推荐规则
事实准确	已核实字段的正确错误及未知情况	未核实内容不默认正确
来源引用	含目标来源的有效回答数及占比	核对来源支持的表述
场景分布	各任务与平台组合的呈现	不混同独立需求数量

计算示意与数量口径

以下仅为计算示意，不对应真实平台结果。6 个问题在 2 个平台各查询 2 次，共 24 次计划查询。假设取得 22 条有效回答，另有 2 次技术失败；8 条提及品牌、6 条符合推荐规则、5 条含目标来源引用。

在上述有效回答口径下，提及率约 36.4%，有效推荐率约 27.3%，目标来源引用率约 22.7%。三项可能重叠，不能相加为总体成功率。独立问题数仍为 6 个，各平台的明细应分别保留。

理解官方工具的覆盖边界

Bing 于 2026 年 2 月发布 AI Performance 公开预览，提供相应产品范围内的引用与页面观察，并说明引用指标不直接表示排名、权威性或单条答案位置。[05] 企业抽样与平台统计须分别说明口径。

数量较少或周期较短时，报告应明确局限。指标用于发现信息和执行问题，后续仍需结合原文复核及业务反馈判断。

第四章 试行复核与业务解释

让业务反馈进入下一轮决策

记录用户如何理解企业

访问引荐、客户自述和销售沟通可以帮助理解接触路径，但各自可能缺少部分过程。记录来源依据，区分可识别、客户自述、多渠道接触和未知情况，避免强行归因。

Bing 关于 AI 搜索转化衡量的公开讨论指出，部分信息交互可能发生在访问网站之前。[06] 企业可以据此补充来源和需求记录，但不能直接套用其他研究中的转化率预测自身收益。

咨询与商机字段建议

记录字段	应保留的内容	管理用途
需求主题	产品服务场景及地区	判断与业务是否适配
首次接触	时间入口及可识别来源	理解接触路径
资料完整性	条件输入及待补信息	改善内容与准备清单
推进状态	沟通核实方案及后续安排	对接实际销售流程
来源证据	引荐自述或其他依据	区分事实与推测

将成本与阶段成果分别保留

内容、渠道、技术、观察和业务审核各自记录投入。分析效率时说明任务范围和工作量，不把全部成交归为单项 GEO 工作，也不因缺少直接点击而排除所有可能影响。

若要比较阶段表现，应检查产品、价格、预算、销售安排和季节等条件是否变化。缺少可比记录时，先描述已确认变化和限制，不急于推算稳定收益。

根据证据安排下一步

资料误解频繁时改进说明，咨询超出服务范围时修正公开表达，准备材料不足时完善清单。负责人据此决定继续、调整或停止哪些工作，并保留原因和复核安排。

第五章 不同行业的实施重点

工业制造围绕工况解释专业能力

以选型与适用性组织主题

工业产品内容可以从用途、参数、工况、安装和维护等任务展开。企业应确认哪些条件会影响选择，再把产品系列、适用边界与相关资料联系起来。

技术人员提供有效参数和专业审核，内容人员解释条件与取舍，业务人员补充常见需求。行业实施应依托企业真实材料，不用通用宣传替代型号或环境差异。

重点任务与建议成果

建设对象	需要解释的判断	建议成果
产品与型号	不同型号怎样区分适用范围	参数与条件底稿
工况与选择	哪些条件影响方案判断	选型步骤与输入清单
安装与使用	需要哪些环境和配合	安装维护及限制说明
供应与服务	企业实际承担哪些工作	能力范围及协作流程
答案复核	型号性能和条件是否准确	原始记录与事实核对

防止局部能力被扩大

某项性能依赖型号、工况或测试条件时，公开表达保留对应前提。代理产品与自有产品分清角色，技术说明由实际负责人确认。

对尚未获得确认的参数，先保留待核事项。用户需要进一步核实时，说明应提供的条件与适当沟通路径，使内容能够支持真实选型。

维护与复盘方向

产品更新时同步检查页面、资料 and 外部使用位置。复盘既看答案中的企业呈现，也看用户是否能够理解适用条件、咨询资料是否更完整，以及仍有哪些信息缺口。

本章提供行业实施方向，不报告具体客户成果。企业按产品复杂度和维护资源确定首轮范围。

第五章 不同行业的实施重点

企业服务围绕对象与流程解释价值

明确谁适用及如何协作

企业服务内容应说明服务对象、需要解决的问题、客户输入、实施流程和交付范围。将这些信息对应到采购者的判断，比泛泛强调“专业团队”“一站式服务”更便于核实。

业务负责人确认实际能力与责任，编辑人员把专业语言转成清楚说明，项目人员维护资料、任务及审核安排。涉及专业资格或特殊条件的事项，另由相应人员核查。

重点任务与建议成果

建设对象	需要解释的判断	建议成果
适用对象	哪类企业与情形适合	服务范围及排除情形
客户输入	合作前需要准备什么	资料与配合清单
实施流程	各阶段怎样推进	流程节点及责任说明
交付内容	能提供哪些成果	成果边界及使用说明
沟通承接	问题应由谁进一步确认	需求记录与沟通路径

为过程与结果保留边界

公开内容应区分服务流程、交付成果与客户经营结果。个别工作中的表现不能自动改写为所有客户均可获得的收益，也不能省略影响交付的前提。

客户内部信息按必要范围提取和使用。适合公开的说明与需要后续确认的材料分开维护，避免为了丰富内容扩大资料传播。

维护与复盘方向

答案检查关注主体、服务范围及流程描述是否准确。业务反馈关注用户是否理解条件、资料是否准备充分，以及公开说明是否需要调整。不同服务主题分别确认识识与审核责任。

第五章 不同行业的实施重点

区域服务以实际覆盖支持推荐理由

地区表达需要真实信息差异

区域服务内容可以围绕项目类型、现场条件、协作方式和可承接范围展开。不同城市页面应有与实际业务有关的信息差异，不能只替换地名产生新的能力表述。

先确认核心区域与协作区域，再组织项目条件和沟通要求。服务范围扩大前，业务负责人核实实际能力、人员安排与合作条件，并同步检查公开表达。

重点任务与建议成果

建设对象	需要解释的判断	建议成果
服务地区	企业可承接哪些范围	地区与能力说明
项目类型	不同项目有哪些条件差异	分类及适配要求
现场协作	用户需要准备哪些信息	现场与资料清单
页面关系	多地区表达是否一致有效	页面关联与维护记录
需求承接	咨询是否与实际范围匹配	地区及需求反馈

防止传播范围超出履约能力

现场照片、客户名称和项目资料确认使用权限。示意素材不能证明实际承担过相应工作。地区或能力表述未经核实，不应通过重复页面继续扩散。

某个城市问题中出现企业，只说明该查询条件下的呈现。后续能否承接，还需核对项目条件、资源和服务范围，不能从一次答案推定全部地区覆盖。

维护与复盘方向

咨询集中于不承接地区时，核对页面和渠道表达；用户反复缺少项目资料时，补齐准备要求。复盘应形成对公开内容、沟通流程和人员责任的具体修改，保持营销与实际服务一致。

第六章 实施路线与项目交付

用九十天完成首轮建设与复盘

周期服务于任务推进

下表为组织参考，天数用于安排资料、审核和协作，不代表平台发现、品牌推荐或咨询增长的保证周期。企业可以按基础调整时间，但应保留阶段完成条件。

建议时间	主要任务	阶段成果
第 1 至 15 天	确认主题范围及初始状态	范围说明与资料清单
第 16 至 30 天	审核知识问题与核心内容	有效底稿及定稿
第 31 至 60 天	协同渠道并完善维护	发布关联与更新记录
第 61 至 90 天	观察复核并整理业务反馈	阶段报告和后续任务

以完成条件安排下一阶段

资料不足时先补事实；内容未通过专业审核时缩小发布范围；记录不完整时先修复观察安排。实际工作可以交叉推进，关键确认仍需有人负责。

同一主词下新增产品、场景或地区时，判断是否影响知识、内容和观察范围。临时需求先记录，再由负责人决定本轮处理还是进入后续任务。

复盘形成三类决定

继续维护已确认有用的资料和渠道，调整存在信息缺口或适配不足的任务，停止重复消耗且无法维护的动作。每项决定写清依据、责任及下一次检查条件。

首轮结束应留下可接续的知识、内容与记录。平台结果没有明显变化时，仍可核对是否解决了事实冲突、访问问题或用户理解障碍，再决定下一步投入。

扩展之前检查承载能力

增加产品、地区或平台，需要同步增加业务确认、维护和复核安排。先完成能被管理的一轮工作，再根据实际反馈调整扩展顺序，避免执行量超过团队处理能力。

第六章 实施路线与项目交付

让资源与审核维护任务匹配

按实际工作估算投入

资料整理、内容编辑、业务审核、渠道执行、技术维护与观察分析分别记录时间或费用。对外部稿费、软件和人工分项说明，使负责人能够理解范围和后续维护责任。

资源类别	估算的主要依据	应先确认的条件
业务与知识	产品复杂度及资料状态	专业确认人与有效材料
内容与审核	任务类型及修订次数	定稿与条件核对安排
渠道与技术	发布位置及更新范围	权限访问和维护责任
查询与分析	问题平台次数及争议量	原文保存与人工复核
协作与交接	岗位关系及接替要求	文件任务和演示时间

区分新增与维护工作

新建知识、修复旧内容和持续更新的工作量不同。成熟产品与资料缺失主题，也不应采用完全相同的估算。每次增加范围，先说明新增资料、审核和后续记录要求。

成本记录与经营结果分别保留依据。不能因文章数量增加，就推定需求同步增加；也不能仅以单个渠道短期波动判断全部工作价值。

为关键岗位设置接替

知识确认、内容审核、渠道维护和观察复核应有清楚责任。备份人员需实际完成过对应任务，才能确认其可以接续；只有岗位表和材料目录仍不充分。

团队复盘时检查任务积压、反复错误和未处理分歧。必要时缩小范围、延后非关键任务或补充训练，让资源优先支持当前影响业务判断的主要缺口。

第六章 实施路线与项目交付

用清楚的成果约定支持交付

在执行前明确输入与范围

企业与执行团队共同确认主词主题、产品服务边界、候选平台、资料权限及审核安排。交付数量、观察方式和完成条件在任务开始前说明，变化后保留版本与影响。

交付成果与检查重点

成果类别	应包含的内容	检查重点
主题与问题	范围分类去重及优先级	是否对应真实业务任务
知识与内容	有效事实定稿及审核	能否回到材料与条件
渠道与维护	发布地址及关联更新	当前版本是否一致有效
观察与报告	协议原文及判断明细	统计与结论能否复核
反馈与交接	待办责任及接续说明	他人能否继续处理

将执行与结果分别说明

某项内容已经完成审核和发布，可以说明执行状态；某平台答案出现品牌，说明特定条件下的呈现。交付时分别列出完成事项、可观察结果、未完成原因及后续计划。

涉及阶段目标和未达目标处理的安排，应与具体项目范围、证据要求和复核方式一致。合作约定不能代替对真实资料和原始结果的核查，也不应将不同项目条件直接套用。

处理争议与变更

对结果判断存在分歧时，回到原始答案、主体和操作条件，按已确认规则复核。对新增范围或平台变化，先说明对工作量和可比性的影响，再形成调整记录。

项目结束或更换人员时，交接有效底稿、确认稿、发布关系、原始记录和待办，使企业能够理解现状并继续维护。

第七章 森辰 GEO 的方法优势与协作价值

森辰的方法优势如何落实到工作

把问题研究与企业事实连接起来

森辰 GEO 以业务主题为起点，将主词下的用户任务与企业能够提供的真实资料联系起来。问题清单用于明确内容优先级，知识底稿用于约束事实和条件，两者共同支持后续制作与复核。

这项方法的价值在于，企业可以解释为什么处理某类问题、用什么材料回答，以及哪些部分仍需业务确认。规划的范围、内容的表达与后续观察因此能够相互对应。

用可检查的成果体现方法优势

方法优势	工作中的具体体现	企业可检查的成果
语义与任务组织	区分主词问法和实质需求	分类与去重说明
企业知识约束	重要表述关联事实与条件	底稿及审核记录
内容与信源协同	公开材料保留出处关系	定稿与来源档案
多平台差异复核	各平台保存条件和原文	查询明细与复核意见
持续维护与调整	反馈转成具体修订任务	更新状态及后续计划

让内容建设同时服务业务核实

森辰 GEO 主张把企业资料组织为可理解的问答、专业说明和流程材料，再安排相应发布位置。公开信源与企业自身内容相互关联，重点是事实一致与读者能够核查。

平台观察围绕真实取得的答案展开，品牌、竞品与来源分别记录。报告不仅说明出现了什么，也应说明主体是否正确、哪些表述需要修订，以及下一轮应处理哪些问题。

将优势放在具体项目中验证

这些方法优势应通过资料、定稿、原文和维护任务检验，不依靠未经证实的行业地位或成效数字。企业选择合作方式时，可以直接核查工作方法、责任安排和交付样式。

第七章 森辰 GEO 的方法优势与协作价值

让企业能够理解并接续优化工作

以清楚的协作支持不同基础

企业有自己的业务知识、审核责任与营销资产。森辰 GEO 围绕问题研究、内容与信源建设、多平台观察及复核组织工作，帮助企业把这些基础用于具体任务。

合作实施可结合企业资源约定执行支持、方法指导或分阶段协作。本报告介绍的是协作思路，具体服务内容、课时、数量、周期和交付要求，由项目另行明确。

不同协作安排的责任

协作安排	企业侧重点	执行或指导侧重点
企业内部实施	组织人员资料与日常维护	提供可采用的方法与模板
团队协同执行	确认事实权限及业务反馈	组织内容信源和记录
方法指导与训练	安排练习并实际执行	解释步骤反馈与复核方式
阶段复盘支持	提供原始材料及变化	核查差异与后续任务

让方法可以被企业掌握

企业需要知道每份内容解决什么问题、重要表述依据什么材料，以及报告结论来自哪条答案。清楚的解释和记录，有助于人员接替，也便于继续安排内部维护。

方法指导可以围绕资料整理、问题分类、内容审核和结果解读进行。学员是否能够独立完成，应由作品和操作确认；参与学习与由服务方完成全部执行，分别说明责任。

与企业共同维护真实表达

业务变化、参数修订和服务范围调整后，企业与执行团队同步检查底稿和使用位置。发现错误及时处理，保留无法立即完成的事项及后续安排。

我们发布本报告，希望企业在选择和推进 GEO 时，能够围绕真实任务、专业材料和可复核记录建立判断，并把阶段投入逐步转成自身可维护的营销能力。

附录 A 项目任务与范围模板

用一页任务说明启动项目

项目基本信息

记录业务主题、负责人、参与岗位、资料时间窗口、目标用户、主要任务及本期范围。候选平台、查询模式和具体入口在观察协议中另行写明，避免只列平台名称而没有操作条件。

任务说明建议字段

字段	填写内容	使用目的
主词与业务范围	产品服务地区及排除内容	限定当前主题
用户判断	优先解决哪些具体问题	决定内容任务
有效输入	材料版本确认人及权限	支持事实审核
交付成果	内容记录与维护事项	明确工作输出
责任与复核	执行审核及争议处理人	支持任务接续
完成条件	如何确认任务完成	避免只看数量
变更安排	新增范围及调整规则	保留版本与影响

任务文字示意

“围绕已确认的某产品系列，整理适用条件与有效资料，优先解释选型和维护相关任务。内容经过业务审核后安排发布，并保留知识关联、当前页面和约定查询条件下的原始记录。”

以上为填写示意，不对应真实客户或服务承诺。实际使用时补齐对象、责任、完成条件和材料位置，删除不适用内容，并对新增要求作出确认。

启动前核对

确认专业人员能提供审核，公开资料和受限资料已区分，执行人员有必要权限，观察结果能保留原文。关键条件不具备时，缩小首轮范围或先补准备任务，再安排后续工作。

附录 B 审核复核与改进清单

让每轮工作留下清楚的依据

从输入到反馈逐项检查

检查对象	核对问题	建议保留的证据
范围与问题	是否属于本期业务任务	范围和问题版本
知识材料	事实条件权限是否清楚	底稿与确认记录
内容定稿	是否回答问题并保留限制	初稿意见与定稿
发布与来源	当前内容和出处是否有效	地址及来源档案
查询操作	条件次数与异常是否完整	协议与原始答案
结果判断	主体推荐引用能否核查	明细及复核意见
业务反馈	来源与需求是否如实记录	咨询记录及依据
改进与交接	动作责任条件是否明确	待办与接续记录

改进任务的填写方式

写明对象、原因、具体动作、负责人、审核人、完成条件、关联使用位置和下次检查安排。复杂问题拆成有依赖关系的任务，未解决部分继续保留状态。

例如，某项条件被省略，可以先确认有效表述，再更新知识与关联内容，最后复核对应问题。该文字仅说明处理顺序，实际判断应回到项目材料与原始记录。

复盘时保留的说明

记录哪些任务完成、哪些结果变化、哪些因素同时改变，以及哪些结论仍无法确认。对样本、平台模式或业务范围变化，说明新旧结果是否可以直接比较。

材料保存按权限管理，公开展示前确认可用范围。历史版本保留必要修改原因，失效资料明确标识并处理关联位置，使企业能够持续理解和维护工作。

参考资料

概念与内容方法参考

本报告参考 2026 年 6 月 15 日前公开的研究与官方资料。七项策略、实施周期及工作模板为森辰 GEO 提出的方法建议，平台资料按其相关产品和条件范围使用。

01 GEO 生成式引擎优化研究

Aggarwal P 等, GEO: Generative Engine Optimization. arXiv:2311.09735, 2023 年发布, 2024 年修订, KDD 2024。用于内容可见性概念与研究背景, 不用于预测具体企业成效。

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

02 检索增强生成研究

Lewis P 等, Retrieval-Augmented Generation for Knowledge-Intensive NLP Tasks. arXiv:2005.11401, NeurIPS 2020。用于理解外部检索与生成结合的一类技术路径, 不代表全部 AI 平台采用相同实现。

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

03 Google 关于 AI 搜索内容的建议

Google Search Central, Top ways to ensure your content performs well in Google's AI experiences on Search, 2025 年 5 月 21 日。用于相关产品范围内的内容、页面体验、技术访问与结构化表达参考。

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

04 Google 关于经验与内容质量的说明

Google Search Central, Our latest update to the quality rater guidelines: E-A-T gets an extra E for Experience, 2022 年 12 月 15 日。用于理解 E-E-A-T 及内容自查, 不作为全部平台的评分规则或直接排名因素。

<https://developers.google.com/search/blog/2022/12/google-raters-guidelines-e-e-a-t>

资料使用说明: 研究实验、平台产品和企业业务具有不同条件。对来源的引用不代表相关机构授权、认证或为森辰 GEO 的服务效果背书。

参考资料与版本说明

观察维护与组织方法参考

05 Bing 关于 AI Performance 的说明

Microsoft Bing, Introducing AI Performance in Bing Webmaster Tools Public Preview, 2026 年 2 月 10 日。用于相关产品支持范围内的引用与页面观察口径参考。

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

06 Bing 关于转化衡量的讨论

Microsoft Bing, How AI Search Is Changing the Way Conversions are Measured, 2025 年 11 月 20 日。用于理解访问前信息交互及来源记录的讨论，不用于套用他人研究中的转化率预测企业收益。

原文链接 [Microsoft Bing Webmaster Blog](#)

07 Bing 关于重复内容的说明

Microsoft Bing, Does Duplicate Content Hurt SEO and AI Search Visibility?, 2025 年 12 月 19 日。用于理解近似版本的信息与页面选择问题，具体处理结合站点和平台判断。

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

08 NIST 生成式 AI 风险管理资料

Autio C 等, Artificial Intelligence Risk Management Framework: Generative Artificial Intelligence Profile, NIST AI 600-1, 2024 年 7 月 26 日。用于组织识别和管理生成式 AI 使用风险，不构成对本策略的认证。

<https://www.nist.gov/publications/artificial-intelligence-risk-management-framework-generative-artificial-intelligence>

版本说明

本报告为 2026 年 6 月 15 日版本。后续修订保留日期、原因和受影响内容；实际平台操作、业务事实及服务范围，在执行时再次核对适用条件。

森辰 GEO 出品

2026 年 6 月 15 日