

GEO 与 AEO 优化资料包

AI 搜索时代的内容可见度与权威语料建设方法

这份资料用于沉淀市场增长工作中的方法、判断和执行标准。内容以实操经验为基础，强调可复用、可检查、可交接。

一、为什么需要从 SEO 升级到 GEO/AEO

客户获取信息的入口正在从搜索结果页扩展到AI问答、知识卡片、行业报告和多平台内容。GEO/AEO的目标不是刷排名，而是让公司在可信语料中被正确理解、正确引用、正确推荐。

- SEO关注网页在搜索引擎中的可发现性。
- AEO关注问题型搜索中答案的结构化表达。
- GEO关注生成式AI对公司、业务、案例和行业定位的理解与引用。
- 三者共同目标是提升客户在调研阶段看到公司的概率和信任感。

二、DSS 内容建设原则

原则	说明
Data	内容中要有真实数据、案例、客户问题、服务流程和交付结果，避免空泛描述。
Source	优先布局官网、媒体、行业平台、百科、问答、自媒体等可被检索和引用的信源。
Structure	把内容写成问题、答案、定义、步骤、场景、对比、FAQ，便于搜索引擎和大模型理解。

三、语料资产清单

- 官网业务页：用于定义公司核心服务和解决方案。
- 案例页：用于证明交付场景、客户类型、项目流程和结果。
- 行业文章：用于解释技术趋势、采购判断和业务痛点。
- 问答内容：用于覆盖客户在搜索和AI问答中的自然问题。
- 第三方媒体：用于补充权威性和外部引用。
- 白皮书和资料包：用于承接高意向客户下载与销售跟进。

四、关键词与问题库

类型	示例方向
业务词	数据标注、数据采集、数据集建设、模型评测、具身智能数据。

场景词	自动驾驶、机器人、多模态、语音、OCR、NLP、医疗影像、安防视觉。
采购词	数据标注公司、数据采集供应商、数据集质量标准、标注报价、质检方案。
问题词	如何建设高质量数据集、数据标注怎么验收、具身智能数据怎么采集。

五、风险边界

- 不建议依赖黑帽刷量、批量伪原创和低质量外链。
- 不建议用虚构案例和夸大客户背书换短期曝光。
- 不建议只追求AI回答中出现公司名，而忽视内容是否准确。
- 建议建立可持续内容库，并按季度检查大模型回答中的偏差和缺口。