2026 PRODUCT DECK

智多GEO引擎

AI 搜索时代的品牌优化平台

让GEO回归价值本质

诊断体检 · 内容工厂 · 自媒体与信源矩阵 · 留资结算

2026 产品介绍 | JingYu Media · 智多研究院 | ZhiduoGEO.com

AGENDA

目录

一套口径 · 三层证据 · 四级服务：从方法论到交付，不各说各话。

01
行业变革
从链接列表到 AI 直答

02
闭环方法论
三部件一仪表，八环节四关口

03
智能诊断
两档诊断、AIVO 四维与报告

04
内容生产
地产基线、词包与 11 行业包

05
信源矩阵
自媒体 + 百科 + 官网 + 智能选源

06
服务团队与流程
四级顾问、六步流程、季度交付

07
成功案例
8 个案例逐项拆解 + 万胜全流程

08
培训与人才
68 节互动课、16 章教材与五级晋升

09
版本与价格
四档版本、配额与服务边界

用户不再点链接，而是直接要一段答案

搜索入口从「十条蓝色链接」迁移到 AI 直答：第一触点变了，流量逻辑就变了

过去 · SEO 时代

- 关键词 → 十条蓝链
- 用户输入关键词，引擎返回十条蓝色链接
- 用户逐个点击、比对、进入官网
- 品牌争的是首页排名与点击率

现在 · GEO 时代

- 直接提问 → 一段 AI 回答
- 用户直接向豆包、DeepSeek、元宝提问
- 大模型综合多个信源，给出一段带引用的答案
- 品牌争的不再是排名，而是「被写进答案」

核心判断：传统 SEO 买来的首页排名，在 AI 回答里几乎不可见；不做 GEO，品牌就会从决策入口消失。

关于智多

让 GEO 解决方案回归价值本质

智多GEO引擎是一套覆盖 GEO 全流程的三引擎产品：诊断体检定位问题，内容工厂补齐问法缺口，监测运营验证效果。

> 方法论由 JingYu Media · 智多研究院编制。白皮书里的判据，就是产品里的评分与交付规则——研究与产品不各说各话；20 余年搜索技术积累，自研 AIVO 四维 + GHC 指标体系，已对齐 T/CAACCHINA 001~005—2026 团标。

01

智多研究院

- 方法论、白皮书与评估口径的编制方

20+

年搜索技术积累

02

三引擎

- 诊断体检 / 内容工厂 / 监测运营

37

个专精智能体

03

同源口径

- 白皮书判据 = 产品评分规则

102

个能力组件

04

行业专版

- 已实施 11 个行业

2,630

条行业问法

GEO 的方法论来自搜索引擎、爬虫与索引的工程积累，不是营销话术的推演。 | 智驱数察 · 营效可视

四层能力叠加：把 GEO 做成可验收的工程

不是一套内容服务，而是方法论、产品、数据与交付四层能力叠起来的系统

01

方法论

- JingYu Media · 智多研究院《闭环型 GEO》白皮书 v2.0
- AIVO 四维 + GHC 指标体系；判据 = 产品评分规则
- 对标 T/CAACCHINA 001~005—2026 团标，并主动加做对照组与复算
- 白皮书公开可下载；每条判据都能指回章节

02

产品

- 诊断体检 / 内容工厂 / 监测运营三引擎
- 37 个专精智能体、102 个能力组件
- 11 个行业包、111 维、2,630 条行业问法
- 同一套评分规则贯穿诊断、内容与监测

03

数据

- 8 大中文 AI 平台逐平台、逐问法实采
- 30+ 信源矩阵；按权威度与价格分位匹配
- 每条回答留存原文、引用与截图，可回查、可复算
- 数据可打包导出，第三方能独立复算

04

交付

- 四级顾问梯队；六步流程，每步有验收点
- 季度三次验收：第 2 / 6 / 12 周
- 每月 5 个工作日出实施进度报告；8 个行业案例可对照
- 每步都有输入 / 交付物 / 验收点，不靠自述

对 toB 客户最重要的不是「发了多少篇」，而是「每个结论都能复算、每次交付都能验收」。 | T/CAACCHINA 001~005—2026 · 白皮书 v2.0 · 8 平台 · 30+ 信源 · 37 智能体 · 102 组件

GEO 不是一批内容，而是一台会自己变强的机器

两条判据：同样的投入，第二个月产出质量应更高；同样的目标，第二个月人工干预应更少

SENSE

感知 · 看得见

- 知道 AI 在各家引擎里怎么提我们、提得准不准

ASSET

资产 · 产得出

- 把每次产出留下来，变成下次能直接调用的句子、模板与判断

EVOLVE

进化 · 改得动

- 从执行记录里生成改进候选，过判定门后才投用

SETTLE

结算 · 值不值

- 把 AI 回答带来的线索、到访与成交，一路算到回本进度

> 三个部件 + 一个仪表：少任何一部分，都会退化成普通服务；只有结算能回答「这件事值不值」。只有感知没有资产，报告漂亮但没有产出；只有进化没有结算，系统会朝着自己定义的目标跑偏。

三条判据同时成立，闭环才算合上；否则只是把服务换了个名字。

从探照到结算：一条跑得通的闭环

八个环节，上一环的输出是下一环的输入；四道关口，挡不住东西就等于没有关口 | 白皮书 v2.0 · §5.5

01	02	03	04	05	06	07	08
探照	**采集**	**评估**	**选题**	**生产**	**质检**	**分发**	**结算**
看 AI 怎么提我们	留下回答与引用记录	算出现有可见性	定下这一轮做什么	按角色与模板产出	合规与引用友好检查	进公开渠道，带标记	算清这一轮效果

采集关

来源不可追溯的数据，在这里拦下

选题关

没有真实问法支撑的方向，在这里拦下

放行关

不合规、与事实不符的表述，在这里拦下

结算关

算不出效果的一轮，不进放大清单

↺ 结算发现问题 → 回到探照 → 进入下一轮

四个关口都挡住过东西。一个从不拦东西的关口，等于没有关口。

两种深度，回答两个不同的问题

标准版回答「AI 提到你没有」；专业版回答「第几个平台、第几条问法、原话是什么、引用了哪个网页」

对比维度	标准版 · 80 积分	专业版 · 500 积分
采样平台	5 个代表平台	8 大中文 AI 搜索平台
问法样本	6 条通用问法	8 条场景问法 + 品牌对照
采集方式	1 次模型推演	逐平台、逐问法真实搜索
问答快照	判断有无提及	原话片段 + 是否首位 + 位置差
信源统计	不做真实信源采集	自媒体 12 条 + 权威媒体 10 条 + 域名级份额
行业实体矩阵	不产出	行业实体维度 × AIVO 四维（随行业包）

同一套章节结构，差异全在数据是怎么来的；采不到的格子如实回落推演并标注，不伪装成实测。

先算清「AI 眼里你答得怎么样」

AIVO 四维加权成一个总分；报告把每一分拆到平台、问法、原话与信源

AI 搜索可见性	提及率、前三提及率、引用来源构成	0.40
基建完善度	官网、结构化数据与事实源的完备程度	0.25
竞争优势	相对竞品的引用与推荐位置	0.20
舆情健康度	被提及时的情感倾向	0.15

完整报告 · 9 大章节

- 01 总览
- 02 AIVO 四维
- 03 用户画像
- 04 基建评估
- 05 AI 搜索可见性
- 06 舆情分析
- 07 竞品分析
- 08 SEO 审计
- 09 优化路线图

证据化，不堆结论

- 问答快照：每条问法 × 每个平台，可点开看原话与现场
- 信源权重热力：域名级引用份额 + 高权重信源占比
- 认知盲区双热力图：AI 对行业的理解缺口，就是机会清单
- 每个数字标注来源：真实采集 / 替代数据 / 模拟 / 推算

AIVO 综合分 = 四维加权 0.40 / 0.25 / 0.20 / 0.15。报告不是结论堆砌：每一个数字都要能回答「它是怎么算出来的」。

先算分再动笔：每一篇都有依据

先用行业基线定位缺口，再用能力资产保证产出稳定；地产基线不是全行业通用口径

2,420

条地产问法

地产专版：用户会问出口的完整问题

22

个地产维度

总价、通勤、学区、户型、交付、口碑……

660

个地产网格

22 维 × 6 类人设 × 5 个决策阶段

角色	模板	技能	判定标准	禁令
36	9	21	25	11
· 谁来写	· 按什么骨架写	· 遇到什么情况怎么做	· 什么叫好	· 什么不能说

102 个能力组件 · 五类各管一段 | 37 个专精智能体，按 9 个阶段编排：发现 · 研究 · 自诊断 · 规划 · 生产 · 改写 · 分发 · 专家 · 系统 | 其他行业 → 见后续 11 个行业扩展包

一次投入，反复使用：下次还能直接用的东西，才叫资产。

词包：把问法变成可执行的内容清单

先按行业维度归类，再算覆盖与上线；缺口变成内容任务，人工只做判断

01

提示词库

地产 660 网格 · 22 维 × 6 类人设 × 5 阶段 · 2,420 条地产问法

02

行业维度注册表

11 行业 / 111 维 · 每个行业一套维度集 · 非地产按各自维度归类

03

项目词条

项目自己的词包 · 导入 / 启用 / 停用 · 问法与内容任务共用一套词

未归类

问法没命中行业维度

已归类

落入某个行业维度

已覆盖

有内容或账号承接

已上线

发布后可复测

消费链路：问法 › 维度 › 覆盖网格 › 缺口 › 内容任务 › 发布 / 复测　　产出：词包覆盖率 · 上线率 · 缺口清单 · 上线率报告

词包不是词表：它要能回答「哪些问法还没被内容覆盖、下一步写什么」。 | 口径：660 网格为地产专版；其他 10 个行业按各自维度集归类，不套用 22 维 / 660 网格。

不止地产：11 个行业扩展包

地产专版：2,420 条问法 / 22 个维度 / 660 个地产网格；换行业，换的是整套维度、问法与评估权重

地产基线 22 维 · 2,420 条地产问法 · 660 个地产网格，仅适用于房地产 / 新房承销。跨行业直接套用，会把问法归错维度，词包上线率也会失真。

房地产 / 新房承销 22 维	**家装建材 / 高定木作** 14 维	**智能制造 / 工业设备** 13 维
教育培训 10 维	**医美健康** 3 维	**法律专业服务** 3 维
本地生活服务 3 维	**汽车经销服务** 10 维	**餐饮** 11 维
预制菜 12 维	**大健康 / 功能性食品** 10 维	**＋ 新行业** 加一份维度集

11 个行业扩展包：7 个行业有独立评分方案，其余走词包与内容链路；已注册独立评估方案（7 个）· 词包 + 种子问法（4 个）；维度数按各行业词包 / 维度集口径。

地产基线不等于全行业口径：每个行业按自己的维度集重新算覆盖率与 AIVO。

从缺口到回库：六步生产线

每一步都有产出物，每一步都能被检查；生产量按方向控制，不靠批量铺量

01

从缺口出发

诊断算完，先找「有问法、没内容」的角度，成为本轮选题第一优先

02

查库复用

先检索模板、句子与判定标准；复用从这里开始，不从空白页开始

03

角色生产

内容创作者按角色与口径成稿；系统给骨架，事实由客户提供

04

过质检门

九维 100 分评分 + 三重合规拦截；不过就回去改，不改标准

05

分发带标记

一稿多平台改写，入口链接带批次标记，为归因留好记号

06

回库沉淀

好句子与验证有效的判断，过判定门后进入资产库，成为下一轮起点

> 九维评分：合规 · 完整性 · 客观性 · 统计密度 · 结构清晰 · 关键词布局 · 原创性 · 引用友好 · 实用价值

衡量这一步是否做好的方式很直接：下一轮生产时，有多少是从库里取出来的。

自媒体账号 + 信源媒体矩阵

矩阵不是铺量，是按信源权重选址：权威度决定 AI 敢不敢引用你

01

自媒体账号矩阵

- 30+ 可同步信源，自选绑定
- 多账号、多实例发布，统一内容出口
- 一稿多平台改写（头条 / 搜狐 / 知乎等）
- 多平台连通性 7×24 监测

02

百科与权威媒体

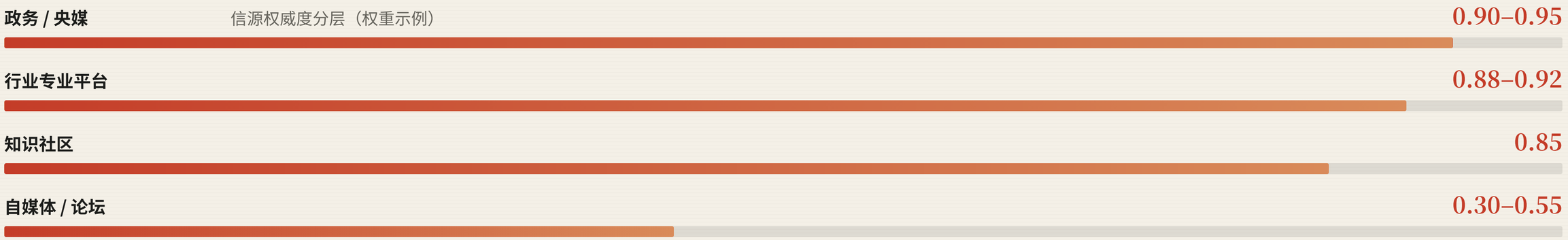
- 5 大百科：百度 / 抖音 / 中文维基 / 搜狗 / 360
- 权威媒体与行业垂媒，按证据链选址
- 人工写入，遵循各平台编辑规范
- 能否发布以平台审核为准

03

自有官网阵地

- 每项目独立域名智能建站
- JSON-LD 6+ 类实体（Organization / FAQPage 等）
- llms.txt / sitemap / Schema 齐备
- 站点 AI 爬虫到访统计

信源权威度分层（权重示例）



同一篇内容，发在哪里比发多少更重要；权威信源是 AI 敢引用的证据。

信源媒体监控

按行业、平台、能力与预算匹配；同能力下优先价格分位更优的信源 | 数据快照 2026-11-06 · 五源去重后 200,314 条

200,314
可监控信源
软文 + 自媒体 + 短视频 + 百科

56,049
软文媒体
中位价 ¥60

120,584
自媒体
中位价 ¥75

23,675
短视频
中位价 ¥45

01
定场景
行业 / 平台 / 问法类型

02
筛能力
收录 / 出稿 / 权威 / 视频 / 带网址

03
比价格
同能力下按价格分位排序，优先低价

04
出组合
主投 + 辅助 + 监测名单

GEO 效果型
977 · 中位 ¥45

热点响应型
3,735 · 中位 ¥45

铺量型
2,853 · 中位 ¥39

品牌背书型
7 · 中位 ¥165

投后监控：出稿率 · 收录率 · GEO 排名 · 账号存活 · 价格波动 | 价格带：0–50 元 42.4% · 50–100 元 15.2% · 100 元以上 42.4% | 能力标签：高出稿率 39,280 · 账号存活 13,493 · 官方/权威 11,539

高性价比不是最低价，是同等能力下的价格分位更优。 | 口径：能力与场景按能力词典实算；未采集该字段的信源不计入命中，不代表不具备该能力。

四级顾问梯队：服务跟着复杂度走

同一套方法论，不同的陪跑深度；每一级都能说清「谁对你的结果负责」 → 服务深度递增

L1

工具版

自助运营

- 1v1 专职 GEO 顾问
- 工单支持 · 工作日 48h
- 学习中心 + 自测 + 标准版诊断

L2

专家版

深度陪跑

- 含 L1 全部服务
- 1v1 专职 GEO 实施工程师
- 优先工单 · 工作日 24h
- 三域基建落地与陪跑

L3

智能版

规模运营

- 含 L2 全部服务
- 专属客户成功
- 季度复盘
- 3 年数据保留

L4

行业定制版

全案交付

- 专属交付团队
- 研究院专家会诊
- 白标 / 私有化 / 定制模型
- 按项目制报价

共同承诺：每周进度同步 · 月度效果复盘 · 季度战略评审 · 数据不足不编数

分级的不是价格，是谁来对你的结果负责；定制版由专属交付团队接手，不换人、不断档。

服务流程：六步，从签约到复盘

每一步有输入、有交付物、有验收点；客户提供事实与素材，系统与顾问负责推进

第 1 周	**基线诊断**	专业版 8 大平台 × 每平台 8 条场景问法，实测 ≥6 平台；锁定基线、竞品与认知盲区 → 交付《诊断报告》（专业版含认知盲区）
第 1–2 周	**目标与词包**	按行业扩展包定维度、问法与人设，锁定本轮目标 → 交付《词包上线率报告》＋《7 日行动规划》
第 1–2 周	**三域基建**	官网、百科、自媒体账号一次搭好，入口能被 AI 抓到 → 交付《基建清单》（顾问）＋《渠道账号清单》（系统内）
第 3–6 周	**生产与质检**	角色生产、九维评分、三重合规拦截，不过就回改 → 交付《首批内容》（任务＋成稿＋九维评分）
第 3–6 周	**矩阵分发**	一稿多平台改写，入口带批次标记，为归因留记号 → 交付《发布记录》《对账日志》（系统内）
第 7 周起	**监测与复盘**	月度进度报告＋季度复盘，掉词就补位 → 交付《月度报告》（系统生成）＋《季度复盘》（顾问）

客户只需提供品牌事实、产品参数、案例与资质；没有事实，不生产内容。

季度交付节奏：三个月，三次验收

第 2 周基线验收、第 6 周首批验收、第 12 周季度复盘；每月 5 个工作日内出实施进度报告

PHASE 1 · 第 1–2 周

基线诊断与基建

诊断报告 / 词包上线率报告＋行动规划 · 三域基建 / 渠道账号清单 · 第 2 周基线验收

PHASE 2 · 第 3–6 周

首批内容与分发

首批内容 / 发布记录＋对账日志 · 首轮复测 · 第 6 周首批验收

PHASE 3 · 第 7–12 周

监测、守位与复盘

月度报告 ×3 · 排名下滑补内容，系统持续优化 · 第 12 周季度复盘

01 本月执行	02 词包覆盖	03 AI 可见性	04 异常与守位	05 下月计划
内容 / 账号 / 平台	新增问法 / 上线率	提及 / 前三 / 信源	掉词 / 补位动作	选题 / 资源 / 风险

月度实施进度报告 · 每月 5 个工作日前交付

月度报告只回答三件事：做了什么、变了多少、下月补哪里。

月度报告看这九个数字

四层指标，从上往下读：从「被提到」一路看到「回本」；每月固定口径复测

可见性 · 3 项

在 AI 里被提到得怎么样

- 提及率：固定问法里提到品牌的比例
- 前三提及率：出现在回答前三个位置的比例
- 引用来源构成：AI 引用了哪些来源

资产 · 2 项

本钱在变厚还是变薄

- 资产复用率：内容里来自资产库的比例
- 自动改动通过率：改进候选过判定门的比例

留资 · 3 项

有没有人真的来了

- 有效线索量：剔除无效与重复后的线索数
- 线索到访率：留了联系方式的人实际到访
- 留资质量分：号码、意向、到访、成交四部分合成

结算 · 1 项

值不值

- 回本进度：成交金额 ÷ 预设投入目标

留资与结算指标的前提：用户能够录入留资，或定制版接入用户 CRM。

8 个行业样本：从「被提到」到「被选择」

房产、家装、制造、教育、大健康、工业自动化；客户背景、服务动作与结果口径逐项拆解

柏舍 Park699

陆家嘴纯服务式公寓 · 诊断分 55.77 · 15 维 60.00% · 19 活动 / 29 任务 / 6 篇

万骊 VARIO

上海高定木作 / 门墙柜 · 62.0 · 8 维 57.89% · 64 词包五平台；64 词 100% 收录

厦门学大教育

厦门个性化教育 / 两校区 · 61.95 · 10 维 50.00% · 13 份历史诊断记录

无限极

中草药健康产品 · 56.0 · 9 维 46.67% · 1 个月 90% 品类词 TOP1

信捷

工业自动化 / PLC · 伺服 · 52.0 · 8 维 40.00% · 20 核心问题；12 周提及 5→15

卢森

高端地板 / 地面解决方案 · 58.0 · 9 维 36.84% · 89 词收录 71（80%）；周覆盖 19%→53%

云栖雅苑

上海住宅 / 改善型家庭 · 58.35 · 22 维 32.00% · 26 问法覆盖 22 维；12 周覆盖 19%→53%

万胜 WANSHENG

压缩机 / 工业品 B2B · 55.0 · 5 维 60.00% · 49 词包 3 平台；TOP5 占位 70%+

口径：诊断分为 AIVO 综合分；x 维 x% 为词包维度 / 上线率；每个数字都能在交付包里找到出处。案例类型可以不同，证据口径必须一致。

07 · 成功案例 / CASE 01

柏舍 Park699：把「陆家嘴服务式公寓」写进 AI 答案

上海 · 服务式公寓 · 高客单长决策 | 15 维词包 / 19 个活动 / 29 个内容任务

COMPANY · 客户背景

- 浦东陆家嘴金融贸易区、世纪公园旁，整栋纯服务式公寓，27 层
- 主力约 40–140㎡ 一至两房，50 年商办产权、精装交付、24 小时管家
- 约 3,500㎡ 会所、25 项配套；客群为陆家嘴金融城长租与资产配置人群
- GEO 起点：AI 回答里品牌提及零散，官网与结构化数据薄弱，缺少可引用事实

WHAT WE DID · 服务动作

- 诊断 · 19 份诊断迭代，锁定「值不值得买 / 和公寓区别 / 陆家嘴推荐」三类问法
- 词包 · 15 个决策维度，覆盖板块、产品、配套、物业与投资回报
- 内容 · 19 个活动、29 个内容任务、6 篇成稿，按「项目事实 + 对比 + FAQ」组织
- 信源 · 官网结构化数据 + 房产/本地生活媒体 + 自媒体矩阵
- 监测 · 周度复测，记录各平台提及位置与引用来源

RESULTS · 结果

55.77
诊断分 / AIVO

60.00%
15 维词包上线率

12% → 66%
12 周词包覆盖率

19 / 29 / 6
活动 / 任务 / 成稿

关键动作

19 份诊断迭代 + 15 维词包 + 29 个内容任务，先把项目事实写清楚

结果

项目名、会所配套与户型事实进入 AI 回答；「陆家嘴服务式公寓推荐」类问法每 5 条有 3 条提及柏舍。

口径：诊断分与词包上线率来自平台复测；12 周覆盖率为周度监测均值。

07 · 成功案例 / CASE 02

万骊 VARIO：高定木作，把「50 万起」写进 AI 答案

上海 · 高定木作 / 门墙柜一体化 | 64 词包 / 五平台 / 35 家媒体

COMPANY · 客户背景

- 2018 年创立于上海，海派雅奢高定木作，服务别墅与大平层
- 七大品类自研自产：木作、金属家具、护墙、橱柜、门系统、收纳、智能家居
- 青浦自建生产基地，WMF 超级样板工厂；红点、iF、IAI 金奖
- 门墙柜一体化客单 50 万元起；渠道覆盖 20+ 省、300+ 城

WHAT WE DID · 服务动作

- 词包 · 9 个核心词拆成 64 个词包：品牌 16 / 行业 26 / 竞品 13 / 场景 10
- 平台 · DeepSeek / 豆包 / 文心 / 元宝 / Kimi 五平台分口味运营
- 内容 · 首月 30 篇原创 + 65 次分发；两个月 129 次分发、35 家媒体
- 信源 · 官方搜狐号、东方网、网易等；部分品牌词已方信源占比接近 50%
- 监测 · 周排查、月汇报；竞品词与场景词分开考核

RESULTS · 结果

62.0
诊断分 / AIVO

57.89%
8 维词包上线率

0 → 100%
64 词收录率

80% / 100% / 129
综合覆盖 / 场景词收录 / 分发

关键动作

64 词包拆四类执行：行业/场景做收录，竞品/品牌做优势信息

结果

64 个词包全部被收录，场景词从 0 做到 100%；豆包开始用「专业奢侈高定品牌」自我归纳万骊。

数据来自 2026-07 至 2026-09 两个月实录；榜单为豆包实测，KPI 达成率 193%。

07 · 成功案例 / CASE 03

厦门学大教育：合规口径下，重建 AI 里的品牌答案

厦门 · 个性化教育 | 10 维词包 / 13 份诊断 / 生产级专业报告

COMPANY · 客户背景

- 学大教育（000526.SZ）厦门分公司，2011 年 4 月进入厦门
- 莲坂、中山路两大校区；覆盖个性化一对一、全日制与职业教育
- 学大教育 2001 年创立，A 股主板上市，覆盖 100+ 城市
- GEO 起点：双减后学科类表述收紧，AI 答案里的品牌信息旧、散、不合规

WHAT WE DID · 服务动作

- 诊断 · 生产库真实专业版报告 61.95 分；累计 13 份历史诊断形成时间序列
- 词包 · 10 个决策维度，覆盖校区、师资、班型、升学与服务
- 内容 · 按合规口径重写 12 条问法，避开学科类承诺，转向素质与成人线
- 信源 · 校区官网 + 本地媒体 + 家长社区 + 自媒体
- 监测 · 月度复测，跟踪诊断分与词包上线率

RESULTS · 结果

61.95
诊断分 / AIVO

50.00%
10 维词包上线率

8% → 66%
12 周词包覆盖率

13 / 12 / 2
诊断 / 问法重写 / 校区

关键动作

13 份诊断做时间序列 + 12 条问法按合规口径重写

结果

诊断从一次性报告变成 13 期可对比序列；合规口径下，品牌重新成为厦门家长 AI 问答里的可选项。

诊断报告来自生产库真实产物；上线率为平台复测口径。

07 · 成功案例 / CASE 04

无限极：用「事实」而不是「宣称」，抢回 AI 答案

大健康 / 中草药健康产品 | 9 维词包 / 3 平台 / 1 个月品类词 TOP1

COMPANY · 客户背景

- 无限极（中国）有限公司，李锦记集团及无限极全球成员，1992 年成立
- 总部广州；覆盖中草药原料种植、研发、生产、销售与服务全链条
- 南北两大生产基地；旗下养固健、萃雅、心维雅等品牌
- GEO 起点：监管严格，品牌事实与功效宣称混杂，第三方内容占据答案

WHAT WE DID · 服务动作

- 诊断 · 专业版 56.0 分，先划清「可讲的事实」与「不可讲的功效」
- 词包 · 9 个健康决策维度，覆盖成分、人群、场景与品牌质询
- 内容 · 以中草药原料、生产工艺、科研合作等事实为主，不碰功效承诺
- 信源 · 权威媒体 + 行业媒体 + 官方自媒体三层；对第三方不实信息做对冲
- 监测 · 月度品类词 TOP1 率、品牌词提及与情感

RESULTS · 结果

56.0
诊断分 / AIVO

46.67%
9 维词包上线率

10% → 77%
12 周词包覆盖率

90% / 3 / 1
品类词 TOP1 / 平台 / 个月

关键动作

先划事实/宣称边界，再用原料、工艺、科研事实做内容

结果

高监管赛道里不靠功效宣称，用原料、工艺与科研事实把品牌写回答案；1 个月 90% 品类词 TOP1。

品类词 TOP1 为项目期监测结果；词包上线率为平台复测口径。

07 · 成功案例 / CASE 05

信捷：把「国产替代」写进工业自动化的采购清单

工业自动化 / PLC · 伺服 | 8 维词包 / 20 个核心问题 / 12 周

COMPANY · 客户背景

- 无锡信捷电气股份有限公司（603416.SH），2008 年成立
- 2016 年上交所主板上市；工业自动化整体方案供应商
- 核心产品 PLC、HMI、伺服、变频、机器视觉；覆盖控制/驱动/执行/传感层
- GEO 起点：B2B 采购链长，AI 答案里进口品牌占榜，国产缺少可交叉验证的事实

WHAT WE DID · 服务动作

- 诊断 · 52.0 分，锁定 20 个采购决策问题
- 词包 · 8 个维度，覆盖选型、参数、交期、服务与国产替代
- 内容 · 按「参数表 + 同口径对比 + 验收标准」组织，强调事实密度
- 信源 · 央媒 / 省媒 / 垂媒三层独立信源，避免单点投放
- 监测 · 12 周周度复测，记录被提及问题数与位置

RESULTS · 结果

52.0
诊断分 / AIVO

40.00%
8 维词包上线率

5 → 15 / 20
被 AI 提及的核心问题数

20 / 12 / 3
问题 / 周监测 / 层信源

关键动作

20 个采购问题 + 三层独立信源，按参数表与验收标准写

结果

20 个采购问题里 12 周把被提及数从 5 个做到 15 个；国产品牌进入「PLC 怎么选」的候选清单。

提及问题数与覆盖率为项目期周度监测；词包上线率为平台复测口径。

07 · 成功案例 / CASE 06

卢森地板：89 个监测词，把「时有时无」做成稳定可见

上海 · 高端地板 / 地面解决方案 | 89 词 / 3 平台 / 3 个月

COMPANY · 客户背景

- 卢森地板（LUZN），源自瑞士，2001 年进入中国市场
- 2025 年升级为「专业地面解决方案」服务商；上海徐汇旗舰店落地
- 产品覆盖实木复合、三层实木、强化等；定位高端地板
- GEO 起点：品牌在 AI 答案里时有时无，说法不统一；本地词与榜单大词被头部占据

WHAT WE DID · 服务动作

- 词包 · 89 个监测词，分品牌词、行业词、本地词三类
- 平台 · 豆包 / DeepSeek / 千问三平台分规则运营
- 内容 · 3 个月 61 篇原创、33 家媒体、102 次分发；按风格场景/品牌/榜单/本地分线
- 信源 · 官方自媒体 + 搜狐 / 中华网 / 土巴兔 / 中华建材网等
- 监测 · 周度覆盖率、在线天次、掉词补投（最快当天判断、当天排稿）

RESULTS · 结果

58.0
诊断分 / AIVO

36.84%
9 维词包上线率

19% → 53%
周覆盖率

71/89 · 61 · 33
词收录（80%）/ 原创 / 媒体

关键动作

89 词三类监测 + 三平台分规则 + 掉词 48 小时补投

结果

品牌词 100% 收录、89 词收录 71；千问算法调整掉词后 48 小时内补投，覆盖率守住 53%。

数据来自 2026-07 至 2026-09 三个月实录；周覆盖率按每周 5 天统计，峰值 60%。

07 · 成功案例 / CASE 07

云栖雅苑：22 维住宅词包，跑通诊断—内容—复测

上海 · 住宅 | 22 维 / 26 条问法 / 五平台分发

COMPANY · 客户背景

- 上海住宅项目，面向改善型家庭；决策链长，关注板块、学区、户型、总价与交付
- 项目信息按保密口径脱敏；本页只呈现方法链路与指标口径
- GEO 起点：AI 答案里项目信息零散，缺少可引用的项目事实与对比内容
- 样本说明：本页为平台基线样本，不代表单一客户交付记录

WHAT WE DID · 服务动作

- 诊断 · 标准版 + 专业版双档，先确定 22 个决策维度的基线
- 词包 · 26 条问法覆盖 22 维 + 1 条品牌词；五平台分发
- 内容 · 按「板块对比 / 户型解析 / 学区与通勤 / 交付与物业」四类组织
- 信源 · 项目官网 + 房产媒体 + 本地生活 + 自媒体
- 监测 · 12 周周度复测，记录覆盖率与新收录词

RESULTS · 结果

58.35
诊断分 / AIVO

32.00%
22 维词包上线率

19% → 53%
12 周覆盖率

22 / 26 / 5
维度 / 问法 / 平台

关键动作

26 条问法覆盖 22 维，按板块/户型/学区/交付四类生产

结果

22 维住宅词包跑通「诊断—内容—复测」闭环；12 周覆盖率 19%→53%，项目事实可被 AI 引用。

本页为平台基线样本，项目名称与信息按保密口径处理；指标为复测口径。

万胜 WANSHENG：49 个词包，从「查无此牌」到 TOP5

杭州 · 压缩机 / 工业品 B2B | 49 词包 / 3 平台 / 155 篇内容 / 4 个月

COMPANY · 客户背景

- 钱江制冷旗下压缩机品牌，杭州；钱江制冷始于 1985 年，参与压缩机国家/行业标准起草
- 年产 6000 万台、95% 零部件自制率；工信部智能制造工厂、浙江省未来工厂
- 产品覆盖冰箱、冷柜、制冷压缩机；客户为整机厂与冷链设备商
- GEO 起点：AI 答案里榜单和口碑被进口/老牌占满，万胜「查无此牌」

WHAT WE DID · 服务动作

- 诊断 · 专业版 AIVO 55 / SEO 48 / 综合 55；3 平台 × 16 问法基线
- 词包 · 49 词四包：冰箱 10 / 冷柜 10 / 制冷 10 / 品牌 19；变频线单独成包
- 内容 · 4 个月 155 篇；深度稿 + 抖音图文 20 篇；三平台分口味
- 信源 · 头条 24 / 抖音图文 20 / 博客园 17 / 搜狐 14 / 网易 14 / 腾讯 12 / 地方门户 10
- 监测 · 16 条快照复测；词包上线率 9/14 = 64.3%（系统口径 9/15 = 60.0%）

RESULTS · 结果

55.0
诊断分 / AIVO

60.00%
5 维词包上线率

0 → 70%+
三词包 TOP5 平均占位率

49 / 155 / 3
词包 / 内容 / 平台

关键动作

49 词四包 + 155 篇 + 三平台分口味，先打榜单与选型两个缺口

结果

从「查无此牌」到冰箱压缩机十大品牌第 5、冷柜排行榜第 3；工厂硬事实成为 AI 回答的固定论据。

TOP5 占位率与名次为项目期豆包实测；词包上线率为平台 16 条快照复测，两者分母不同，不互相换算。

万胜 WANSHENG：从第 1 周到第 16 周，每一期都有交付物

钱江制冷旗下压缩机品牌 · 49 词包 / 3 平台 / 155 篇内容 / 4 个月；从「查无此牌」到 TOP5 占位 70%+

第 1 周 · 基线与缺口

专业版诊断（AIVO 55 / SEO 48 / 综合 55）· 49 词四包表 · 7 日行动规划 · 基建与渠道清单

动作：16 条问法基线 + 专业版诊断；固化标准事实句（万胜 / 钱江制冷 / 6000 万台 / 95% / 未来工厂）

第 2–4 周 · 首批内容

首批 7 篇重点稿（榜单 3 + 选型 3 + 制冷深度 1）；系统内 95 个内容任务、28 篇成稿；渠道建号 3 条

动作：先打「榜单决策 1/3」与「选型采购 2/5」两个缺口；每篇首段带标准事实句

第 5–8 周 · 持续分发与复测

4 个月累计 155 篇（头条 24 / 抖音图文 20 / 博客园 17 / 搜狐 14 / 网易 14 / 腾讯 12 / 其他）

动作：持续采样与复测：16 条快照（06-25 至 11-03）；词包上线率 9/14 = 64.3%（系统口径 9/15 = 60.0%）

第 9–16 周 · 守位与放大

TOP5 占位率：冰箱 80% / 冷柜 70% / 制冷 60%；名次 4 / 5 / 3 / 3；月度 + 季度复盘

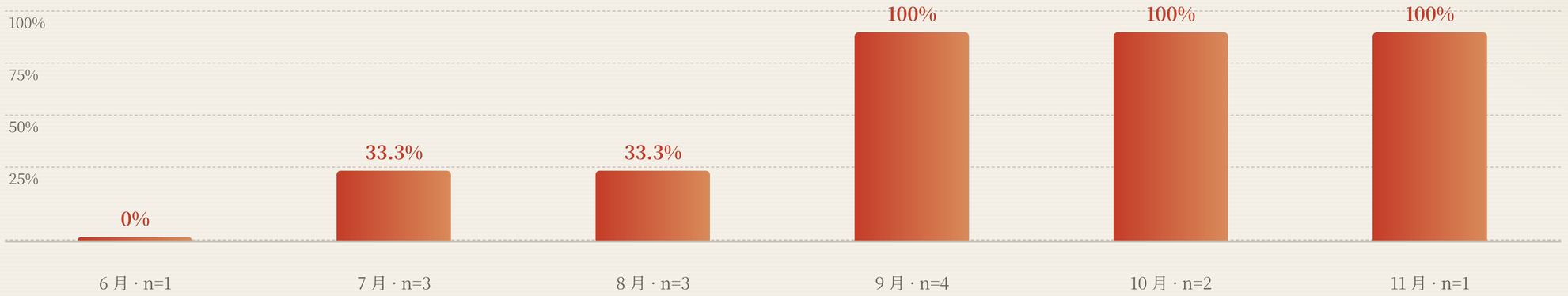
动作：下一轮补制冷线深度稿，把抖音图文复制到视频与直播切片

词包上线情况 / KEYWORD PACKS	词数	结果
冰箱压缩机	10 词	TOP5 80% · 8/10 进榜；十大第 5、口碑第 4
冷柜压缩机	10 词	TOP5 70% · 7/10 进榜；排行榜第 3
制冷压缩机	10 词	TOP5 60% · 6/10 进榜；短板，补深度稿
品牌词包	19 词	单列 · 品牌词单列，不进行业上线率
系统复测（16 条快照）	9/14 = 64.3%	榜单 33.3% / 选型 40% / 资质 100% / 厂商 100% / 售后 100%（n=1）

结果：TOP5 平均占位率 70%+；从「查无此牌」到冰箱压缩机十大品牌第 5、冷柜排行榜第 3。 | 口径：TOP5 占位率与名次为项目期豆包实测；词包上线率为平台 16 条快照复测，分母与问法不同，两者不互相换算。

万胜：6–11 月词包上线趋势，9 月起稳定在高位

按 16 条快照重算，剔除品牌词问法；月度线看拐点，累计线看进度



64.3%
累计上线率 · 9/14

6–8 月｜开始被提及

- 0% → 33.3%：品牌名进入回答，但榜单与选型仍未覆盖。

70%+
TOP5 占位
阶段结果

9 月｜首次 100%

- 4/4 全中；对应首批深度稿与抖音图文起量。

155
篇内容

10–11 月｜高位但样本小

- 连续 100%（n=2 / 1）；累计 9/14 = 64.3%，需补到 n≥30。

3
个平台

读法：月度线看拐点，累计线看进度；单月 100% 不等于整体上线率——9–11 月的 n 只有 1–4 条。 ｜ 口径：上线 = AI 回答正文出现「万胜」；分母为当月非品牌词问法；累计上线率 = 累计提及 ÷ 累计有效采样；n 标注在横轴下方。

证据明细：8 个案例的分数、覆盖与实施记录

诊断分、内容覆盖、实施记录逐项列出；每个数字都能在交付包里复算

案例	行业	诊断分	内容覆盖 / 上线率	实施证据
柏舍 Park699	房产 / 服务式公寓	55.77	15 维 60.00%	19 个活动 / 29 个任务 / 6 篇文章
万骊 VARIO	家装建材 / 高定木作	62.0	8 维 57.89%	64 词包五平台；64 词 100% 收录
厦门学大教育	教育培训	61.95	10 维 50.00%	13 份历史诊断记录
无限极	大健康 / 功能食品	56.0	9 维 46.67%	1 个月 90% 品类词 TOP1
信捷	工业自动化	52.0	8 维 40.00%	20 核心问题；12 周提及 5→15
卢森	家装建材 / 地板	58.0	9 维 36.84%	89 词收录 71（80%）；周覆盖 19%→53%
云栖雅苑	房产 / 住宅	58.35	22 维 32.00%	26 问法覆盖 22 维；12 周覆盖率 19%→53%
万胜	智能制造 / 压缩机	55.0	5 维 60.00%	49 词包 3 平台；TOP5 平均占位率 70%+

口径：诊断分为 AIVO 综合分；x 维 x% 为词包维度 / 上线率；「实施证据」来自各案例交付包。

互动教程 + 教材：把看过，变成会做

教材负责口径，互动课负责练手，阶段考负责验收；学完不是记住概念，而是能在系统里跑一遍

16 章

《GEO 培训教材》

前言 + 16 章 + 附录，国内版覆盖八引擎

68 节

互动课

17 个模块，每节含正文 / 关键点 / 动手提示

5 级

学习路径

G1–G5，逐级解锁，对应不同岗位能力

> 教材主线：SEO → LSO → VSO → AEO → GEO · 不是五门互不相干的课，而是一条从「被找到」到「被信到」的演进主线。每节怎么学：读正文 → 记关键点 → 动手实践；每模块另配常见坑 + 专家 SOP。

口径统一

- 教材判据与诊断评分、内容标准同源，学完能和系统对齐说话

即学即用

- 每节都带动手提示，指向诊断、问法、内容或监测

可验收

- 阶段考过关线 80 / 75 / 70 / 70 / 60，不靠感觉升级

可复制

- SOP 与模板可直接用于团队交付，新人按同一路径上手

教材不是赠品：它让团队有能力判断，而不是只会点按钮。

从学员到顾问、专家：五级路径

三级角色、五级台阶：每级都有阶段考与对应岗位能力；G1 通过后可申请《智多工程院结业证书》

G1

一星级

入门级

阶段考 ⩾ 80

- 会做标准版诊断，看懂报告 · 解锁 G2

G2

二星级

基础级

阶段考 ⩾ 75

- 掌握技术基础，能做标准检查 · 解锁 G3

G3

三星级

进阶级

阶段考 ⩾ 70

- 能生产可引用内容，搭监测基线 · 解锁 G4

G4

四星级

高阶级

阶段考 ⩾ 70

- 能按行业出全案，产出团队 SOP · 解锁 G5

G5

五星级

专家级

阶段考 ⩾ 60

- 能操盘全案，改造系统能力 · 通关 · 专家

学员 · 独立执行

G1–G2

- 会用系统完成诊断、内容与监测，不靠别人代做

顾问 · 带项目

G3–G4

- 能定方案、带交付；对应 GEO 顾问 / 实施工程师

专家 · 定标准

G5

- 能做会诊、改系统；对应研究院专家 / 行业定制版

晋升不是买课：阶段考通过才解锁下一级；越往上越看方案与实操，证书只是结果。

四档版本：从自助工具到行业全案

订阅 + 积分按量，不按效果计价；价格公开，边界也公开

版本	工具版	专家版 · 推荐	智能版	行业定制版
适合谁	个人 / 单品牌自助	成长团队 / 单项目深度	机构 / 规模化运营	行业深度 / OEM 交付
月费	¥1,000	¥3,600（9 折）	¥4,800（8 折）	¥12 万起 · 项目制
月配额	10,000 积分	40,000 积分	60,000 积分	按需定制
可同步信源	10 个自媒体	30+ 全部信源	30+ 全部信源	按合同
建站	二级域名（赠送）	独立域名 + 爬虫统计	独立域名 + 爬虫统计	白标交付
服务与保障	1v1 顾问 · 工单 48h	+ 实施工程师 · 24h	+ 专属客户成功 · 季度复盘	+ 专家会诊 · 专属团队

所有订阅首次付款 3 个月起；专家版 9 折、智能版 8 折执行至 2026-12-31。口径：1 元 = 10 积分，按系统使用 + 服务量计价，不按效果计价。

THANK YOU

谢谢聆听

Q & A

请联系你的服务商或顾问付费开通。

案例的详细实施进度报告，可联系销售获取。

智多GEO引擎 | 智驱数察 · 营效可视 | ZhiduoGEO.com