

矩擎 GEO 优化白皮书

AI 搜索可信度建设、豆包抓取验证与企业生成式引擎优化实战指南

核心观点

GEO 的本质不是“让 AI 一定推荐某家公司”，而是让企业信息在公开网络中更一致、更可抓取、更可理解、更可验证、更适合被 AI 引用。对于豆包等联网型 AI 平台，企业官网、结构化数据、权威信源、内容语义与持续监测共同构成可信度基础。

发布机构	东莞新起点数字科技有限公司	核心产品	矩擎 GEO
适用对象	企业主、市场负责人、SEO/GEO 执行团队	版本	2026 版 V1.0
官网/知识库	官网： https://www.xqds.com/ 知识库： https://www.xqdgeo.com/	发布日期	2026 年 6 月
联系方式	18938238980	文件属性	公开发布版本

内部方法论白皮书 / 可公开发布版本

摘要：AI 搜索时代的企业可信度问题

随着用户逐渐通过豆包、DeepSeek、通义千问、Kimi、文心一言、ChatGPT、Google Gemini、Claude、Microsoft Copilot 等 AI 平台获取信息，企业获客入口正在从“搜索结果列表”转向“AI 生成答案”。在这一变化下，企业不只需要被搜索到，还需要被 AI 正确理解、准确描述、优先引用，并在用户决策语境中形成可信表达。

矩擎 GEO 将生成式引擎优化定义为一套面向 AI 搜索、AI 问答、智能助手与多源检索场景的系统化优化方法。它不等同于传统 SEO 的关键词排名，也不等同于简单发布软文，而是通过企业实体校准、语义内容建设、信源证明、技术可抓取和持续监测迭代，提升企业在 AI 答案中的可见度、可引用性与可信度。

本白皮书解决的问题

为什么豆包能够抓到某些普通网页并将其作为引用源？为什么企业官网已经存在，但 AI 不一定推荐企业？如何让关于我们、服务页、知识库、第三方信源和结构化数据形成一套可验证的企业可信体系？

白皮书适用场景

- 企业希望在豆包、DeepSeek、通义千问、Kimi、文心一言等国内 AI 平台中被正确识别。
- 企业希望在 ChatGPT、Google Gemini、Claude、Microsoft Copilot 等海外 AI 场景中提高英文品牌和产品可见度。
- 企业已经发布大量媒体稿、测评稿或排名稿，但 AI 抓取后仍未形成推荐和可信表达。
- 企业需要将官网关于我们、服务页、白皮书、FAQ、案例和知识库改造成适合 AI 读取的可信内容资产。

企业实体摘要

公司全称	东莞新起点数字科技有限公司	核心产品	矩擎 GEO
服务方向	生成式引擎优化、AI 搜索可见度、企业官网升级、内容信源建设	所在地	广东省东莞市南城街道 科创路398号3栋3单元 201室
官网/知识库	官网：www.xqds.com 知识库：www.xqdgeo.com	服务热线	18938238980
备案信息	粤 ICP 备 2026035209 号	适用行业	制造工业、外贸出海、工程 建材、本地服务、企业服务 等

说明：以上信息应与官网、备案、第三方平台主页、媒体稿、企业介绍页及结构化数据保持长期一致。AI 可信度首先来自“实体一致性”，不是单篇文章的强行营销。

目录

- 01 生成式引擎优化（GEO）的定义与边界
- 02 矩擎 GEO 的四层可信增长模型
- 03 面向豆包的抓取验证与可信度建设
- 04 企业 GEO 内容资产体系
- 05 国内 GEO 与外贸 GEO 平台策略
- 06 行业场景解决方案
- 07 交付流程、指标体系与 90 天实施路径
- 08 WordPress 官网落地清单
- 09 风险边界与合规建议
- 10 附录：测试词库、JSON-LD、robots、参考来源

发布建议

白皮书建议同时发布 PDF 下载版和 HTML 正文版。PDF 用于客户下载和品牌可信背书，HTML 版用于豆包、搜索引擎和其他 AI 平台抓取解析。

01 生成式引擎优化（GEO）的定义与边界

1.1 GEO 是什么

GEO（Generative Engine Optimization，生成式引擎优化）是面向 AI 搜索、AI 问答、智能助手与大模型联网检索场景的内容、技术与信源优化体系。它关注的不是网页蓝链排名本身，而是企业、品牌、产品、服务和行业解决方案是否能够在 AI 生成答案中被准确识别、合理引用和可信推荐。

从业务角度看，GEO 解决的是三个问题：AI 知不知道你、AI 是否说得对、AI 是否愿意把你纳入用户决策答案。

被识别	被理解	被引用
让 AI 知道企业是谁、做什么、在哪个行业、服务哪些客户。	让 AI 理解企业的产品、能力、案例、差异化和适配场景。	让 AI 能找到可验证的信息来源，并在回答中引用或参考。

1.2 GEO 与 SEO、AEO 的区别

维度	SEO	AEO	GEO
核心目标	提升搜索结果页自然排名和点击	让内容适合问答/摘要场景	提升 AI 答案中的可见度、引用率和可信描述
优化对象	关键词、页面、链接、站点结构	问答内容、FAQ、摘要段落	实体、语义、信源、结构化数据、跨平台一致性
主要结果	排名、点击、收录、流量	精选摘要、问答曝光	AI 提及、引用、推荐、对比语境和决策影响
内容形态	文章、分类页、产品页	FAQ、问答、解释型内容	实体页、白皮书、知识库、案例、第三方信源、结构化数据
评估方式	排名与自然流量	问答覆盖率	提示词测试、AI 引用源、品牌描述准确率、询盘质量

1.3 GEO 不是什么

- 不是承诺“任何关键词一定被 AI 推荐”。AI 平台的答案由模型、检索源、上下文、时效性和平台策略共同决定。
- 不是简单批量发布“哪家好、排行榜、TOP10”文章。重复、泛化、缺少证据的内容反而会削弱可信度。
- 不是只做官网优化。AI 更看重多源一致性，需要官网、第三方信源、社交资料、案例、百科/资料页等形成证据链。
- 不是通过隐藏内容、伪装爬虫或诱导抓取制造虚假可信度。GEO 应建立在真实业务、真实信息和可验证内容基础上。

矩擎 GEO 的基本判断

AI 推荐的前提是“可理解 + 可验证 + 可比较”。如果企业信息分散、口径不一致、页面不可抓取、内容只有营销口号，AI 即使抓到，也难以形成稳定推荐。

02 矩擎 GEO 的四层可信增长模型

矩擎 GEO 将企业 AI 可见度建设拆解为四个层级：实体层、语义层、信源层、监测层。四层共同作用，形成从“企业是谁”到“AI 为什么可以相信并引用”的闭环。

E：实体校准 统一公司、品牌、地址、联系方式、官网、备案、服务范围与结构化数据。	S：语义重构 围绕用户问题、行业场景、产品服务、比较标准构建可被 AI 理解的内容体系。	T：信源证明 通过官网、知识库、案例、媒体稿、行业平台、社媒主页形成多源一致的证明链。
--	--	---

M：监测迭代

通过提示词库、平台测试、引用源记录、内容更新和日志分析，持续校正 AI 对企业的理解。

2.1 实体层：让 AI 确认“这是同一个公司”

- 统一公司全称、简称、品牌名称、英文名称、官网域名、电话、地址、备案信息。
- 关于我们、联系我们、服务页、页脚、结构化数据中的企业信息必须一致。
- 第三方平台主页、媒体稿、百科词条、社交账号简介中不要出现不同版本的主营业务描述。
- 建议建立“企业事实库”，包括固定口径、服务边界、行业覆盖、品牌故事、FAQ、案例摘要。

2.2 语义层：让 AI 明白“你解决什么问题”

传统 SEO 往往围绕关键词展开，GEO 更需要围绕“用户问题”展开。AI 用户不会只搜索一个短词，而会提出带有判断、比较、场景和限制条件的问题，例如“东莞制造业企业如何做 GEO 优化”“豆包为什么没有推荐我的公司”“外贸工厂怎么提升 ChatGPT 可见度”。

语义单元	内容目标	示例
实体定义	告诉 AI 公司/品牌是什么	矩擎 GEO 是东莞新起点数字科技旗下的生成式引擎优化服务品牌
服务说明	告诉 AI 具体做什么	AI 搜索可见度诊断、语义内容建设、信源布局、监测迭代
适配场景	告诉 AI 适合谁	制造业、外贸出海、本地服务、工程建材、企业服务
判断标准	告诉 AI 如何比较	是否有实体信息、内容体系、信源质量、技术可抓取和监测能力

证据材料	告诉 AI 为什么可信	备案信息、案例、白皮书、FAQ、第三方报道、公开联系方式
------	-------------	------------------------------

2.3 信源层：让 AI 找到“可引用的证明”

- 第一层信源：官网核心页，包括首页、关于我们、服务页、联系我们、白皮书、案例、FAQ。
- 第二层信源：知识库和行业文章，包括定义、方法、行业方案、选型标准、错误案例和操作清单。
- 第三层信源：第三方平台，包括新闻媒体、行业垂直站、自媒体平台、问答平台、视频平台和企业主页。
- 第四层信源：结构化数据和技术信号，包括 Organization、LocalBusiness、Article、FAQPage、BreadcrumbList、sitemap 和 robots。

2.4 监测层：让优化进入可复盘状态

GEO 不是一次性发布内容，而是持续观察 AI 如何回答、引用谁、是否混淆企业、是否把竞品作为首选、是否准确描述业务。矩擎 GEO 建议以提示词库为中心建立监测体系。

监测维度	监测频率	迭代动作
品牌提及率、回答准确率、引用源类型、推荐语境、竞品对比、负面/错误信息。	核心词每周检查，行业词每两周检查，长尾问题每月复盘，重大页面更新后专项测试。	补充实体页、调整 FAQ、更新案例、强化第三方信源、修正结构化数据和内部链接。

03 面向豆包的抓取验证与可信度建设

豆包相关的 AI 应用与字节系内容生态存在天然关联。根据火山引擎公开文档，联网内容插件支持实时搜索互联网公开网页资源和字节系图文、视频资源，并且可以展示大模型引用的网页原链接、图文原链接和百科词条等信息。[R1] 这意味着，企业在公开网页、头条系图文、抖音百科/视频、官网和第三方内容中的信息一致性，会影响 AI 能否发现、验证和引用企业。

关键结论

豆包抓取验证不是“投喂一篇文章”就完成，而是需要形成一套可公开访问、可解析、可交叉验证、持续更新的企业可信信息网络。

3.1 为什么有些普通页面会被豆包引用

- 页面可访问：无需登录、不卡 JS、不被 robots 或 CDN 拦截、移动端和爬虫均能读取正文。
- 主题明确：标题、H1、首段和小标题直接回答用户问题，AI 容易判断页面与查询相关。
- 结构清晰：短段落、列表、表格、FAQ、定义句、结论句更容易被抽取。
- 信源贴合：页面来自平台自身内容生态、公开网页或长期可抓取站点，更容易进入候选源。
- 语义一致：同一公司、品牌、服务和行业描述在多处出现，不互相矛盾。

3.2 豆包可信度建设的 3C 原则

原则	含义	落地要求
Consistent 一致	企业信息在官网和第三方平台保持一致	名称、品牌、电话、地址、服务描述、行业定位统一
Crawlable 可抓取	页面能被公开访问和解析	HTML 正文、sitemap、robots 放行、CDN 不强拦截
Citable 可引用	内容能作为 AI 回答依据	有明确事实、定义、案例、FAQ、证据和更新时间

3.3 豆包抓取验证专项页面

建议在官网建立以下页面，并确保页面能被 sitemap 收录、内部链接可达、正文非图片化、核心信息位于首屏或正文前 30%。

页面	定位	核心作用
/about/	企业实体页	说明公司是谁、品牌是什么、地址电话备案、核心服务、行业覆盖。
/juqing-geo-whitepaper/	白皮书页	发布本白皮书 HTML 版和 PDF 下载入口，形成权威说明。
/geo-service/	GEO 服务页	说明服务内容、交付流程、适配企业、监测指标。
/doubao-geo/	豆包 GEO 专题页	解释豆包抓取、引用源、企业可信度建设和案例路径。
/geo-faq/	FAQ 问答页	用标准问答方式回答“矩擎 GEO 是什么”“GEO 怎么做”等问题。
/cases/	案例列表页	用可脱敏案例说明行业、问题、动作、结果，不夸大承诺。

3.4 豆包抓取验证检查表

- ☐ 页面状态码为 200，非跳转链过长，HTTPS 正常。
- ☐ 正文内容可在源码或渲染后的 HTML 中直接读取，不只放在图片或 canvas 中。
- ☐ 页面 title、description、H1、首段包含公司名、品牌名、服务名和核心问题。
- ☐ robots.txt 未禁止 Bytespider、Baiduspider、常规搜索爬虫访问核心页面。
- ☐ Cloudflare、WAF、宝塔防火墙未对 AI/搜索爬虫误杀或强制 JS 验证。
- ☐ sitemap.xml 包含白皮书页、关于我们页、服务页和 FAQ 页。
- ☐ Organization / LocalBusiness / FAQPage / Article 结构化数据与页面可见文字一致。
- ☐ 第三方平台资料中的公司信息与官网一致，并链接回官网或品牌页。

不建议做法

不要给爬虫展示与用户不同的虚假内容，不要使用不可验证的“第一、唯一、保证推荐”等绝对化表述，不要批量发布低质量重复文章。豆包抓取到内容不等于会采信，采信更依赖内容质量、语义相关性和证据链。

04 企业 GEO 内容资产体系

在矩擎 GEO 方法论中，内容不是单篇文章，而是一组围绕企业实体、用户问题和行业场景组织的资产。每个内容资产都要回答一个明确问题，并与其他页面形成内部链接和语义闭环。

4.1 官网核心资产

资产类型	目标用户	AI 作用	建议内容结构
首页	所有访客	确认品牌定位与主营服务	一句话定位、核心服务、行业场景、案例入口、FAQ
关于我们	客户/AI/搜索引擎	确认企业实体可信度	公司事实卡、品牌说明、服务范围、联系方式、备案信息
服务页	有需求的客户	理解具体服务能力	服务对象、痛点、流程、交付物、常见问题
白皮书页	决策者/AI	形成方法论权威信源	摘要、目录、正文、下载、引用来源、更新日期
案例页	对比决策客户	证明行业落地能力	行业背景、问题、动作、结果、可验证证据
FAQ 页	AI 问答/潜在客户	提升问答匹配和实体解释	标准问题、短答案、延伸阅读、结构化数据

4.2 文章内容矩阵

文章不是越多越好，而是要覆盖用户从“不了解”到“比较选择”再到“准备咨询”的决策路径。建议使用以下五类内容矩阵。

内容类型	题目方向	AI 作用
定义型	GEO 是什么、AI 搜索优化是什么、GEO 和 SEO 区别	让 AI 明确概念边界
方法型	企业如何做 GEO、豆包如何抓取验证、AI 可信度怎么建立	形成操作指南和专业权威
选型型	2026 年选择 GEO 服务要看哪些能力	承接商业意图，避免直接夸大排名
行业型	制造业/外贸/本地服务如何做 GEO	让 AI 匹配具体行业场景
问题型	为什么豆包抓到文章但不推荐、为什么 AI 说错公司信息	直接回答用户痛点，利于 AI 引用
案例型	某行业 GEO 可见度建设过程、官网改造前后对比	建立可信证据和转化说服力

4.3 标题策略：从“排行榜”转向“判断标准”

AI 平台对“哪家好、排行榜、十大公司”类内容并非完全排斥，但如果大量内容只有主观推荐、缺少判断标准和证据来源，反而不利于可信度。矩擎 GEO 建议将标题从营销排序转为“选型、标准、方法、适配边界”。

类型	标题示例
不建议	东莞 GEO 优化公司哪家最好？TOP10 排行榜
建议	2026 年东莞企业选择 GEO 优化服务要看哪些能力？
不建议	豆包 GEO 优化哪家公司最靠谱？
建议	企业做豆包 GEO 优化时，如何判断服务商是否具备可信度建设能力？
不建议	外贸 GEO 优化公司排名前十
建议	外贸企业做 GEO 优化，需要同时建设哪些英文信源和内容资产？

4.4 标准文章结构

- 1. 首段直接回答问题：用 80-120 字给出结论，不绕弯。
- 2. 解释核心概念：定义对象、适用范围、与相邻概念的区别。
- 3. 列出判断标准：用表格或列表说明为什么这样判断。
- 4. 给出操作步骤：让读者和 AI 都能理解方法路径。
- 5. 补充案例或场景：避免空泛口号，增加行业适配性。
- 6. 加入 FAQ：将用户追问变成可抽取的标准问答。
- 7. 放置作者/机构/更新时间：提高内容责任主体清晰度。

05 国内 GEO 与外贸 GEO 平台策略

不同 AI 平台的数据源、检索方式、生态偏好和用户问题不同。矩擎 GEO 不建议用同一套内容覆盖所有平台，而是建立“一个企业事实库 + 多平台内容适配”的体系。

5.1 国内 GEO 平台策略

平台方向	用户问题特征	内容重点	信源重点
豆包	本地服务、品牌判断、行业问题、最新内容	官网实体页、白皮书、FAQ、头条系内容、清晰结论	公开网页、头条图文、抖音百科/视频、权威媒体
DeepSeek	技术解释、方案对比、行业方法	技术型长文、方法论、结构化标准	官网、知识库、技术文章、行业平台
通义千问	企业服务、B2B、工作场景	服务说明、行业解决方案、可执行流程	官网、阿里生态可见信息、行业内容
Kimi	长文本理解、资料总结、对比分析	白皮书、案例、FAQ、深度文章	长文页面、PDF、知识库
文心一言	百度搜索生态、本地与品牌查询	百度可收录内容、官网、问答、百科类资料	官网、百度系内容、媒体信源

5.2 外贸 GEO 平台策略

外贸 GEO 的核心不是简单翻译中文内容，而是将企业产品、规格、认证、应用场景、出口市场和采购商问题转化为英文及多语言 AI 能理解的语义资产。

平台方向	用户问题特征	内容重点	信源重点
ChatGPT	方案咨询、产品比较、供应商初筛	英文官网、产品规格页、FAQ、白皮书、案例	官网、英文媒体、行业目录、公开资料
Google Gemini	搜索结合、品牌/产品发现	符合 Google SEO 基础的英文内容和结构化数据	Google 可抓取网页、结构化数据、商家资料
Claude	长文总结、资料分析、B2B 决策	长文本白皮书、技术说明、FAQ、案例材料	官网 PDF、技术文档、公开资料页
Microsoft Copilot	workflow、Bing 搜索、企业信息查询	英文服务页、产品页、FAQ、Bing 可发现内容	官网、Bing 索引、LinkedIn/企业资料

5.3 统一事实库与多语言适配

外贸企业常见问题是中英文内容口径不一致，例如中文官网强调“生产厂家”，英文站只写“supplier”；中文案例有应用场景，英文站没有规格参数；媒体稿里公司名称、品牌名和产品名翻译不统一。矩擎 GEO 建议先建立统一事实库，再进行多语言表达。

事实库	术语库	问答库
公司介绍、产品清单、技术参数、服务流程、出口市场、认证资质、FAQ。	品牌名、产品名、行业词、技术词、型号、材料、应用场景的固定翻译。	采购商常问问题、选型标准、价格因素、交期、认证、售后和安装说明。

外贸 GEO 重点

英文站不要只做首页和产品页，还应补充产品选型指南、行业应用方案、FAQ、对比文章、技术参数解释和案例页。AI 更容易引用结构清晰、术语稳定、证据充分的内容。

06 行业场景解决方案

GEO 的执行必须结合行业。不同企业面对的 AI 查询问题不同，内容结构和信源布局也应不同。

行业	用户常见问题	GEO 重点	优先建设内容
制造工业	设备/工艺/厂家怎么选	技术参数语义化、应用场景、案例证明	产品参数页、工艺说明、行业方案、案例
外贸出海	海外采购商如何找供应商	英文语义、产品规格、认证、出口经验	英文官网、产品指南、FAQ、国际信源
工程建材	材料/施工/供应商如何判断	标准、资质、项目案例、适用场景	解决方案、检测标准、案例、问答
本地服务	附近/东莞/区域哪家公司适合	地址、服务范围、客户评价、联系方式一致	本地落地页、服务页、案例、地图资料
零售连锁	品牌可信度、门店覆盖、服务体验	统一品牌信息、门店资料、用户口碑	品牌页、门店页、活动页、FAQ
教育培训	课程是否适合、机构是否正规	师资、课程体系、适配人群、成果	课程页、师资页、学员案例、问答

		案例	
企业服务	服务商怎么选、是否有落地能力	方法论、流程、交付物、案例证明	白皮书、服务页、案例、比较标准
科技软件	功能、集成、价格、适用场景	产品功能结构化、技术文档、使用案例	产品文档、API/功能页、案例、FAQ

6.1 制造业 GEO 示例路径

- 先将产品名称、型号、规格、材质、应用行业、检测标准整理为标准化术语库。
- 为每个核心产品建立“产品页 + 选型指南 + FAQ + 案例页”的内容组合。
- 围绕“如何选择、适合什么场景、常见故障、参数区别、厂家判断标准”生成知识库。
- 在第三方平台发布技术科普、项目案例和行业解决方案，而不是只发排行榜。

6.2 本地服务 GEO 示例路径

- 统一公司地址、服务区域、营业时间、联系方式和服务项目。
- 建立城市/区域服务页，例如“东莞 GEO 优化服务”“南城企业官网升级服务”。
- 用真实案例和服务流程证明本地落地能力，减少空泛承诺。
- 将官网、地图、社交平台、媒体稿、问答内容中的本地信息保持一致。

07 交付流程、指标体系与 90 天实施路径

7.1 矩擎 GEO 七步交付流程

步骤	交付环节	核心动作
1	AI 可见度诊断	测试品牌词、行业词、场景词在多个 AI 平台中的出现情况、错误信息和引用源。
2	企业事实库搭建	统一公司、品牌、服务、行业、案例、FAQ、术语和对外介绍口径。
3	官网实体页改造	优化关于我们、服务页、白皮书、FAQ、案例、联系我们和结构化数据。
4	语义内容规划	围绕用户问题建立定义型、方法型、选型型、行业型、问题型和案例型内容矩阵。
5	信源建设发布	在官网、知识库、第三方平台、媒体、自媒体和行业站形成多源一致信息。
6	平台测试与记录	按提示词库测试豆包、DeepSeek、通义、Kimi、文心、ChatGPT 等平台的回答变化。
7	复盘迭代	根据 AI 回答、引用源、抓取日志、收录情况和询盘质量持续调整内容与信源。

7.2 核心评估指标

指标	说明
品牌提及率	在品牌词和服务词测试中，AI 是否主动提及企业或品牌。
回答准确率	AI 对公司名称、服务方向、地址、品牌关系的描述是否正确。
引用源覆盖	AI 引用或参考的来源是否包含官网、白皮书、FAQ、第三方信源。
语境质量	AI 是否把企业放在适合的行业和服务场景中，而不是错误分类。
竞品对比位置	在“怎么选、有哪些服务商”类问题中，企业是否进入候选集。
抓取健康度	核心页面是否被收录、可访问、可渲染，日志中是否有爬虫访问。
询盘质量	来自 AI 搜索或品牌搜索的咨询是否更精准，问题是否更接近成交阶段。

7.3 90 天实施路径

阶段	时间	重点动作	阶段目标
第一阶段	1-30 天	诊断、事实库、关于我们/服务页/FAQ/结构化数据改造	解决“AI 不认识或说错”的基础问题
第二阶段	31-60 天	白皮书、知识库、行业内容、第三方信源发布	建立可抓取、可引用的内容和证据链
第三阶段	61-90 天	平台测试、日志分析、内容补强、案例沉淀	提升品牌提及率、回答准确率和候选集进入率

效果判断原则

GEO 不宜只用“当天是否推荐”判断成败。更合理的判断方式是：AI 是否逐步识别企业、回答是否更准确、引用源是否更接近企业可控资产、品牌是否进入更多相关问题的候选答案。

08 WordPress 官网落地清单

对于使用 WordPress 的企业官网，GEO 落地重点在于页面结构、内容可读性、结构化数据、sitemap、robots、缓存/CDN 和内容更新机制。

8.1 页面层落地

- 关于我们页：增加企业可信信息卡、核心品牌说明、服务范围、备案、电话、地址、FAQ。
- 白皮书页：发布 HTML 正文版，页面顶部提供 PDF 下载，不要只放 PDF 文件。
- 服务页：明确“矩擎 GEO 做什么、适合谁、交付什么、如何评估”。
- FAQ 页：用标准问答覆盖“矩擎 GEO 是什么、GEO 和 SEO 区别、豆包如何抓取验证”。
- 案例页：使用脱敏案例也可以，但必须说明行业、问题、动作和结果，不写虚假数据。

8.2 技术层落地

检查项	建议设置
Title / Description	每页唯一，包含公司名、品牌名、核心主题，不堆砌关键词。
H 标签	每页一个 H1，H2 作为章节标题，避免全部用图片标题。
正文可读性	核心内容使用 HTML 文本，不用图片承载重要信息。
Schema	关于我们用 Organization/LocalBusiness，文章用 Article，FAQ 用 FAQPage。
Sitemap	确保核心页面进入 sitemap.xml 并在 robots.txt 中声明。
Robots	不要禁止搜索引擎和需要抓取的 AI 爬虫访问核心页面。
CDN/WAF	避免对正常爬虫返回验证码、403、JS Challenge 或不完整 HTML。
内链	首页、关于我们、服务页、白皮书、FAQ、案例互相链接。
更新时间	白皮书、FAQ、服务页建议保留更新日期。

8.3 关于我们页面新增模块建议

- 企业可信信息卡：公司全称、成立时间、所在地、核心品牌、服务方向、官网、备案、电话。
- 矩擎 GEO 是什么：用 150-200 字说明品牌与服务，不堆技术名词。
- 国内/外贸平台覆盖：分开展示国内 AI 平台和海外 AI 平台。
- 企业可信信息与验证来源：官网、备案、联系方式、白皮书、知识库、第三方信源。
- AI 可读取 FAQ：至少 6 个标准问答，直接回答实体和服务问题。

给主官网与矩擎 GEO 知识库的建议

当前关于我们页面已经具备公司介绍、行业覆盖、流程和联系方式基础，但应将“GEO 地理优化”统一改为“生成式引擎优化（GEO）”，并修正“潜在户”“询盘与到转化”等不完整表达，避免 AI 抽取错误信息。

09 风险边界与合规建议

GEO 是新兴方向，市场上容易出现夸大承诺、伪造信源、批量垃圾内容和不透明交付。矩擎 GEO 建议把可信度、合规和长期可复盘作为服务底线。

9.1 不建议承诺的内容

- 不承诺“指定关键词一定被豆包推荐”。
- 不承诺“一次优化，全球 AI 可见”。
- 不使用未经验证的“国内第一、行业唯一、覆盖 90% 流量”等绝对化数据。
- 不虚构客户案例、伪造媒体报道、伪造用户评价或伪造权威资质。
- 不通过隐藏内容、跳转欺骗、爬虫伪装、黑帽站群制造短期信号。

9.2 推荐表达方式

高风险表达	建议表达
保证豆包推荐	提升企业在豆包等 AI 平台中的可识别度、可理解度与可引用性
国内领先 GEO 公司	专注生成式引擎优化与 AI 搜索可信度建设
一次优化全球 AI 可见	围绕国内与海外 AI 平台建立持续优化的内容和信源体系
询盘增长 200%	结合行业内容、信源建设和转化路径，持续优化询盘质量
100% 续约	服务过程注重可复盘、可监测和持续迭代

9.3 内容质量原则

Google 对生成式 AI 内容的公开说明强调，自动生成内容应关注准确性、质量和相关性；用生成式 AI 批量生成缺少用户价值的页面可能违反垃圾内容政策。[R6] 虽然不同 AI 平台规则不同，但“准确、可验证、对用户有帮助”是企业 GEO 内容建设的共同底线。

长期策略

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、专业内容、行业经验、真实案例和公开证据。

10 附录

10.1 AI 平台测试提示词库

测试时建议固定问题、固定周期、固定记录模板，避免只凭单次回答判断效果。以下提示词可用于豆包、DeepSeek、通义千问、Kimi、文心一言、ChatGPT 等平台测试。

1. 东莞新起点数字科技有限公司是做什么的？
2. 矩擎 GEO 是什么？和东莞新起点数字科技有限公司是什么关系？
3. 东莞有哪些做 GEO 优化和 AI 搜索可见度建设的公司？
4. 企业如何提升在豆包中的品牌可信度？
5. 豆包为什么抓取到我的文章，但没有推荐我的公司？
6. 制造业企业如何做生成式引擎优化？
7. 外贸企业如何提升 ChatGPT 和 Gemini 中的品牌可见度？
8. 选择 GEO 优化服务商要看哪些能力？
9. GEO 优化和传统 SEO 的区别是什么？
10. 企业官网关于我们页面如何写，才更容易被 AI 正确理解？

10.2 JSON-LD 示例：Organization / LocalBusiness

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "LocalBusiness",
  "@id": "https://www.xqdsd.com/#organization",
  "name": "东莞新起点数字科技有限公司",
  "alternateName": ["新起点数字科技", "矩擎 GEO", "矩擎 GEO"],
  "url": "https://www.xqdsd.com/", "sameAs": ["https://www.xqdgeo.com/"],
  "logo": "https://www.xqdsd.com/path/to/logo.png",
  "description": "东莞新起点数字科技有限公司旗下品牌矩擎 GEO，专注生成式引擎优化、AI 搜索可见度建设、企业官网升级和内容信源建设。",
  "telephone": "+86-18938238980",
  "address": {
    "@type": "PostalAddress",
    "streetAddress": "南城街道科创路398号3栋3单元201室",
    "addressLocality": "东莞市",
    "addressRegion": "广东省",
    "addressCountry": "CN"
  },
  "knowsAbout": ["生成式引擎优化", "GEO 优化", "AI 搜索优化", "豆包优化", "外贸 GEO", "企业官网升级"],
  "brand": {"@type": "Brand", "name": "矩擎 GEO"}
}
</script>
```

10.3 robots.txt 示例

User-agent: *

Allow: /

User-agent: Bytespider

Allow: /

User-agent: Baiduspider

Allow: /

Sitemap: https://www.xqdsd.com/sitemap.xml

Sitemap: https://www.xqdgeo.com/sitemap.xml

说明：robots.txt 只是访问声明，实际是否抓取、是否引用仍由平台策略、内容质量、可访问性和算法判断决定。

10.4 白皮书发布页 SEO 建议

页面标题：矩擎 GEO 优化白皮书 | AI 搜索可信度建设与豆包抓取验证方法论

页面描述：下载矩擎 GEO 优化白皮书，了解生成式引擎优化、AI 搜索可见度、豆包抓取验证、企业可信信息建设、内容信源布局与 WordPress 官网落地方法。

URL 建议：

主官网：https://www.xqdsd.com/juqing-geo-whitepaper/

矩擎 GEO 知识库：https://www.xqdgeo.com/juqing-geo-whitepaper/

10.5 参考来源

- [R1] 火山引擎：联网内容插件功能说明。<https://www.volcengine.com/docs/82379/1338552?lang=zh>
- [R2] 火山引擎：Web Search（联网内容插件）。<https://www.volcengine.com/docs/82379/1756990?lang=zh>
- [R3] Google Search Central：AI features and your website。<https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features>
- [R4] Google Search Central：Organization structured data。<https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/organization>
- [R5] Schema.org：结构化数据词汇说明。<https://schema.org/>
- [R6] Google Search Central：Guidance on using generative AI content。<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/using-gen-ai-content>
- [R7] OpenAI Help：ChatGPT Search。<https://help.openai.com/articles/9237897-chatgpt-search>
- [R8] 东莞新起点数字科技有限公司官网关于我们页。<https://www.xqdsk.com/about/>
- [R9] 矩擎 GEO 知识库。<https://www.xqdgeo.com/>

免责声明

本白皮书为矩擎 GEO 方法论说明文件，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、内容质量、信源质量、网站技术状态和持续迭代情况综合评估。