

2025年中国GEO行业研究（二）

认知战争2.0：

如何让品牌成为生成式AI的“标准答案”

2025 China GEO Industry

2025年中国GEO產業

概览标签：人工智能、AI搜索、GEO

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

■ 内容目录

◆ GEO变革营销	-----	5
• GEO的定义AI搜索产品网页端流量情况	-----	6
• AI搜索产品应用端流量情况	-----	7
• 企业在营销层面的核心痛点	-----	8
• GEO如何解决企业营销痛点	-----	9
• 传统营销与GEO的对比	-----	10
◆ 头豹业务合作介绍	-----	11
◆ 方法论与法律声明	-----	12

名词解释

- ◆ **GEO（生成式搜索引擎优化）**：利用生成式AI技术创建与用户意图高度匹配的内容，提升其在AI搜索中的排名和引用率，强调内容的可解析性与权威性，直接输出答案而非引导跳转。
- ◆ **AI搜索**：基于大语言模型和自然语言处理构建的新型搜索引擎，具备语义理解和答案生成能力，区别于传统的链接列表式搜索，代表产品包括秘塔AI、纳米搜索等。
- ◆ **大模型（Large Model）**：由海量数据训练而成的超大参数AI模型，具备强语言理解与生成能力，支持多种模态交互，是AI搜索与GEO优化的核心基础技术。
- ◆ **AIGC（人工智能生成内容）**：通过AI技术高效生成高质量内容，融合专业与用户视角，用于满足AI搜索对结构化、可调内容的需求，是GEO中的关键内容供给方式。
- ◆ **多模态交互**：AI系统同时理解并处理文本、图像、语音等多种数据类型，实现跨模态响应，增强搜索系统的适应能力与用户体验，是GEO优化的重要适配方向。

Chapter 1

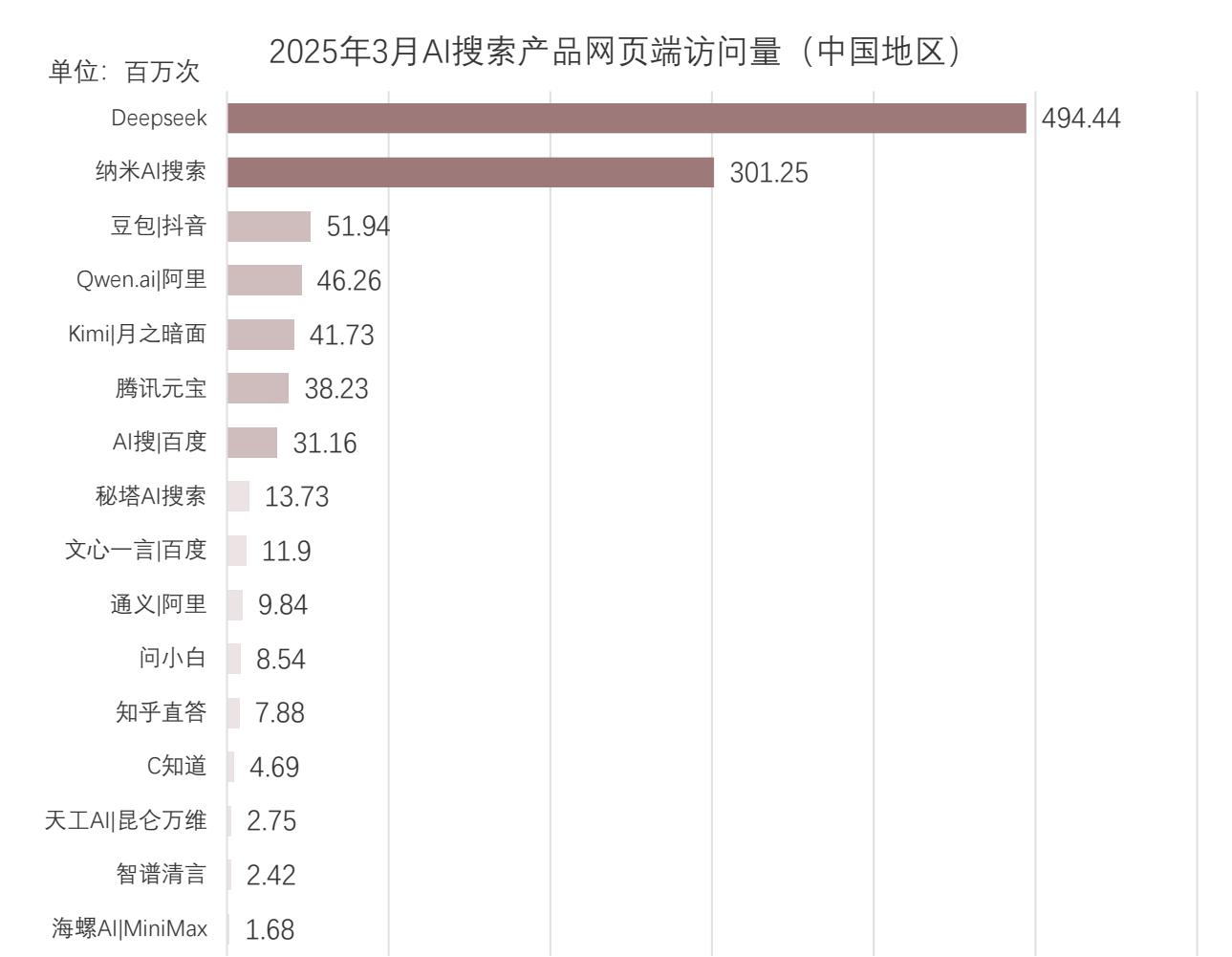
GEO变革营销

- ❑ AI搜索产品网页端流量情况
- ❑ AI搜索产品应用端流量情况
- ❑ 企业在营销层面的核心痛点
- ❑ GEO如何解决企业营销痛点
- ❑ 传统营销与GEO的对比

GEO发展综述——AI搜索产品网页端流量情况

- 在AI搜索网页版市场竞争格局中，DeepSeek与纳米AI凭借显著优势占据行业领先地位。Kimi、腾讯元宝等处于中游的产品则有效利用了关键流量入口，实现了较快增长。相比之下，C知道、天工AI等产品整体市场表现相对滞后

AI搜索产品网页端访问量，2025.03



❑ 2025年3月中国AI搜索网页流量呈现高度集中的“头部效应”，Deepseek与纳米AI凭借巨大的用户规模和体验优势遥遥领先，而多数同类产品则面临着用户习惯培养不足和差异化竞争的严峻挑战

根据2025年3月中国地区AI搜索产品网页版流量数据，市场呈现出显著的梯队分化。Deepseek以高达4.94亿次的月访问量遥遥领先，占据绝对优势地位；纳米AI搜索也表现强劲，凭借3.01亿次的访问量稳居第二，这两者共同构成了第一梯队，显示出其在用户获取策略、内容分发效率和交互体验优化方面已建立起显著的领先优势。

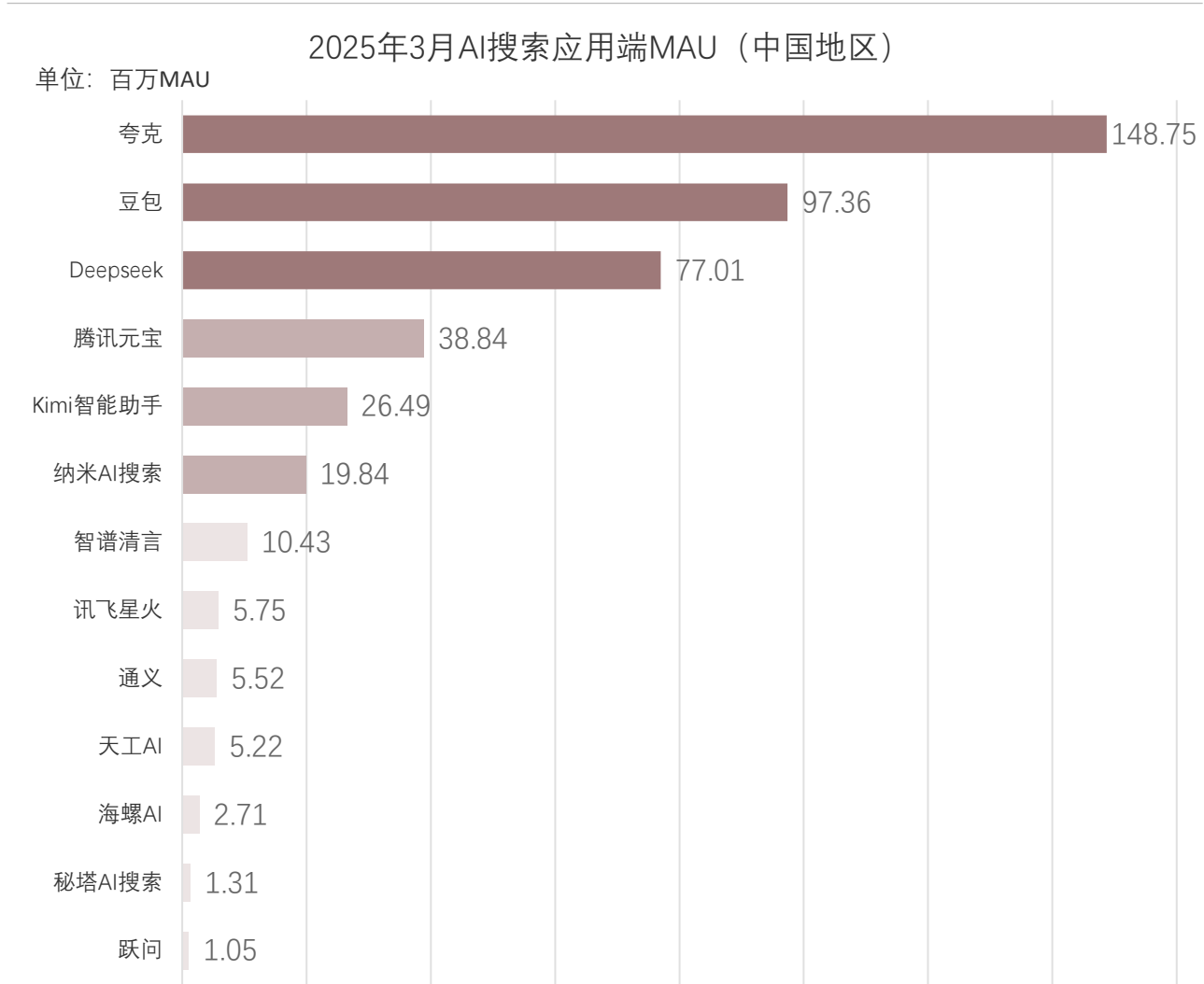
相比之下，排名相对靠后的产品，如C知道、天工AI和智谱清言等，其月访问量均未突破500万次，这表明它们在用户侧尚未能有效培养起稳定的使用习惯，品牌认知度也有待提升。

来源：头豹研究院

GEO发展综述——AI搜索产品应用端流量情况

- 在AI搜索应用端市场，夸克、豆包与DeepSeek已确立稳固的领先地位，构成了第一梯队。 腾讯元宝、Kimi及智谱清言作为中坚力量，凭借在多元化场景中的渗透能力，展现出显著的增长潜力。海螺AI、秘塔AI搜索和跃问等产品则面临用户规模增长的挑战

AI搜索产品应用端MAU，2025.03



2025年3月中国AI搜索产品在移动应用端的用户活跃度高度集中，夸克、豆包与Deepseek三家占据了绝大部分用户，与其他产品拉开了巨大差距

2025年3月中国AI搜索应用月活跃用户数据显示，市场格局呈现显著的梯队差异。夸克以近1.5亿月活遥遥领先，豆包接近1亿，Deepseek超7,700万，这三者构成了绝对的头部阵营。腾讯元宝、Kimi智能助手和纳米AI搜索形成了第二梯队，月活在两千万至四千万级别。此后产品用户规模急剧下降，智谱清言刚过千万，而讯飞星火、通义等多数产品月活不足六百万，形成长尾。整体而言，AI搜索移动端活跃用户高度集中于少数领先者。

来源：头豹研究院

GEO发展综述——企业在营销层面的核心痛点

- 在全域内容生态、智能搜索推荐系统深度重塑营销逻辑的背景下，传统企业营销正遭遇多重挑战，信任危机、信息缺失、竞品承压、内容失衡反映当下内容生产、品牌曝光、用户认知和技术匹配等多方面的现实困境

企业在营销方面的痛点

信任危机

- 价值承诺不符：产品/服务的实际体验与营销宣传中的承诺存在显著差距，导致用户期望落空，产生不信任感
- 沟通失实误导：在广告、公关或销售沟通中存在夸大其词、规避关键信息甚至虚假宣传的行为，损害品牌声誉和公信力。
- 危机响应不力：面对负面事件或用户投诉时，缺乏及时、真诚、有效沟通与解决方案，进一步加剧用户的负面情绪与不信任。

竞品承压

- 核心市场被蚕食：竞争对手在关键用户场景、细分市场或核心功能点上表现更优或营销更精准，导致自身市场份额和用户心智占有率下降。
- 行业话语权旁落：竞争对手通过技术创新、内容营销或行业合作，在关键技术概念、行业标准或用户认知上占据主导地位，使自身品牌影响力减弱。

信息缺失

- 用户洞察片面：跨平台/触点数据未能有效整合，无法形成完整的用户画像和行为路径洞察，导致营销决策缺乏精准依据。
- 价值传递不充分：未能清晰、完整地阐述产品的核心优势、技术壁垒、具体应用场景及为用户带来的独特价值，信息维度单一，难以打动目标用户。
- 内容更新滞后失准：产品信息、参数、价格或服务条款等关键内容更新不及时或存在错误，对用户造成误导，影响购买决策和使用体验。

内容失衡

- 内容产出效率与质量瓶颈：受限于人力、工具或流程，难以持续、高效地生产出满足多渠道、多形式、高质量要求的内容，导致内容供应不足或质量参差不齐。
- 技术应用与优化能力不足：在SEO、个性化推荐、营销自动化等技术驱动的内容分发与优化方面，策略制定和执行能力欠缺，难以适应复杂的技术要求。

❑ 众多企业品牌面临严峻的多维营销挑战，既源于合规、沟通及内容生产等内部管理短板导致的信任与信息传递问题，也来自竞争对手和平台规则变化带来的巨大外部市场压力

首先，企业在财务、数据合规等方面出现纰漏，将引发用户信任滑坡。夸大宣传、虚假内容投放、售后承诺不兑现等问题，损害品牌形象；用户对隐私和数据安全的关注日益提升，缺乏明确说明的信息收集与使用，安全性遭到质疑。

其次，多平台传播中信息覆盖不全，导致内容零散，用户难获完整产品信息，造成价值传递不充分。内容更新若滞后或失准，错误信息不仅误导用户，还可能导致品牌在搜索中被边缘化。

再者，竞品压力体现为行业话语权旁落于有内容/权重优势的头部企业。核心市场易被蚕食，因竞品常抢占关键场景与核心词。关键渠道亦可能落后，因竞品内容矩阵已建系统性曝光优势，后来者难获同等可见度。

最后，内容产出普遍存在瓶颈，人工生产难保多渠道、高频次下的质与量达标。同时，平台规则适应难也是挑战，算法与偏好快速迭代常使内容策略失效，影响效果。

来源：头豹研究院

GEO发展综述——GEO如何解决企业营销痛点

- GEO 不仅提供针对性方案以系统性应对企业在信任、信息、竞争、内容方面的核心营销痛点，更能赋能品牌实现前瞻布局、用户洞察、资产沉淀及组织协同等深层次营销价值

GEO如何解决企业营销痛点

针对「信任危机」：GEO重建信任基石

- 提升信息准确与合规性：** 利用RAG等技术确保内容基于权威可信来源，结合“人工审核+AI校验”机制，从源头减少失实、夸大宣传，确保内容合规，避免引发信任风险。
- 保障价值承诺一致性：** 辅助生成与实际产品/服务相符的精准描述，监控品牌声誉，确保宣传内容与用户体验、售后承诺保持一致，维护品牌形象。
- 增强操作透明度：** 提供内容生成过程的可追溯性，明确信息来源，回应用户对数据隐私和处理过程透明度的关切。

针对「信息缺失」：GEO补全信息短板，强化价值沟通

- 实现信息整合与完整覆盖：** 通过API自动获取并整合品牌多维度信息，构建全面准确的内容知识库，解决用户获取信息零散、不全的问题。
- 深化价值传递与场景适配：** 智能生成面向不同平台、用户场景的内容，深入阐述产品核心优势、应用价值，摆脱单一信息维度，有效提升对目标用户的吸引力。
- 确保内容时效与准确性：** 结合AI写作工具及更新机制，保障产品信息、参数等内容及时更新与修正，避免因信息滞后或错误损害用户体验及搜索表现。

针对「竞品承压」：GEO 赋能竞争分析与策略突围

- 实现竞品洞察与策略反制：** 智能分析竞品内容布局、核心关键词及用户场景策略，辅助品牌发现市场空白与自身优势，制定差异化关键词矩阵与内容方向，抢占用户心智。
- 提升关键渠道可见度：** 优化内容以适应搜索引擎（SEO）和各大内容平台规则，辅助多渠道内容分发，提升品牌在核心渠道的排名、曝光与用户互动，突破竞品封锁。
- 动态适应竞争环境：** 实时追踪竞品动态、行业热点及平台关键词变化，快速调整内容策略与结构，保持市场竞争力。

针对「内容失衡」：GEO 提升内容生产效能与平台适应性

- 突破内容产能瓶颈：** 提供文本、图、视频等多模态内容的AI辅助生成能力，显著提升内容生产效率和规模化输出能力，满足多平台、高频次发布需求，保证内容供应。
- 降低内容优化技术门槛：** 内置SEO分析、关键词推荐、NLP优化建议等功能，帮助团队高效执行专业内容优化，提升内容质量与搜索引擎友好度。
- 效果验证与迭代：** 支持A/B测试等功能，通过数据反馈验证不同内容策略的效果，指导优化方向，实现内容投入产出比最大化。



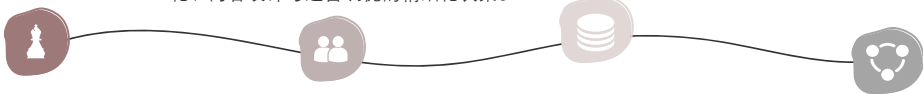
GEO的其他价值

促进用户洞察的持续深化

GEO借助对用户搜索行为、问答互动和内容偏好的智能分析，能够为企业提供更细颗粒度的用户画像和意图理解。这种深度的用户洞察支持企业进行产品优化、内容设计与运营调优的精细化决策。

推动组织协同与内容标准化建设

GEO能够帮助多部门通过统一的内容生成标准与知识标签体系，提升品牌传播的一致性。这种标准化的内容生成和管理方式能够打破组织内部“内容分散、策略割裂”的壁垒，实现高效协同与统一表达。



支持品牌的战略前置布局

GEO通过深度建模行业语义网络和搜索趋势，能够帮助企业提前识别新兴热点、潜在风口和用户需求的演化方向。这种能力使得品牌可以在产品开发、内容创作和传播节奏上实现战略前移，提前布局市场。

沉淀可复用的内容资产库

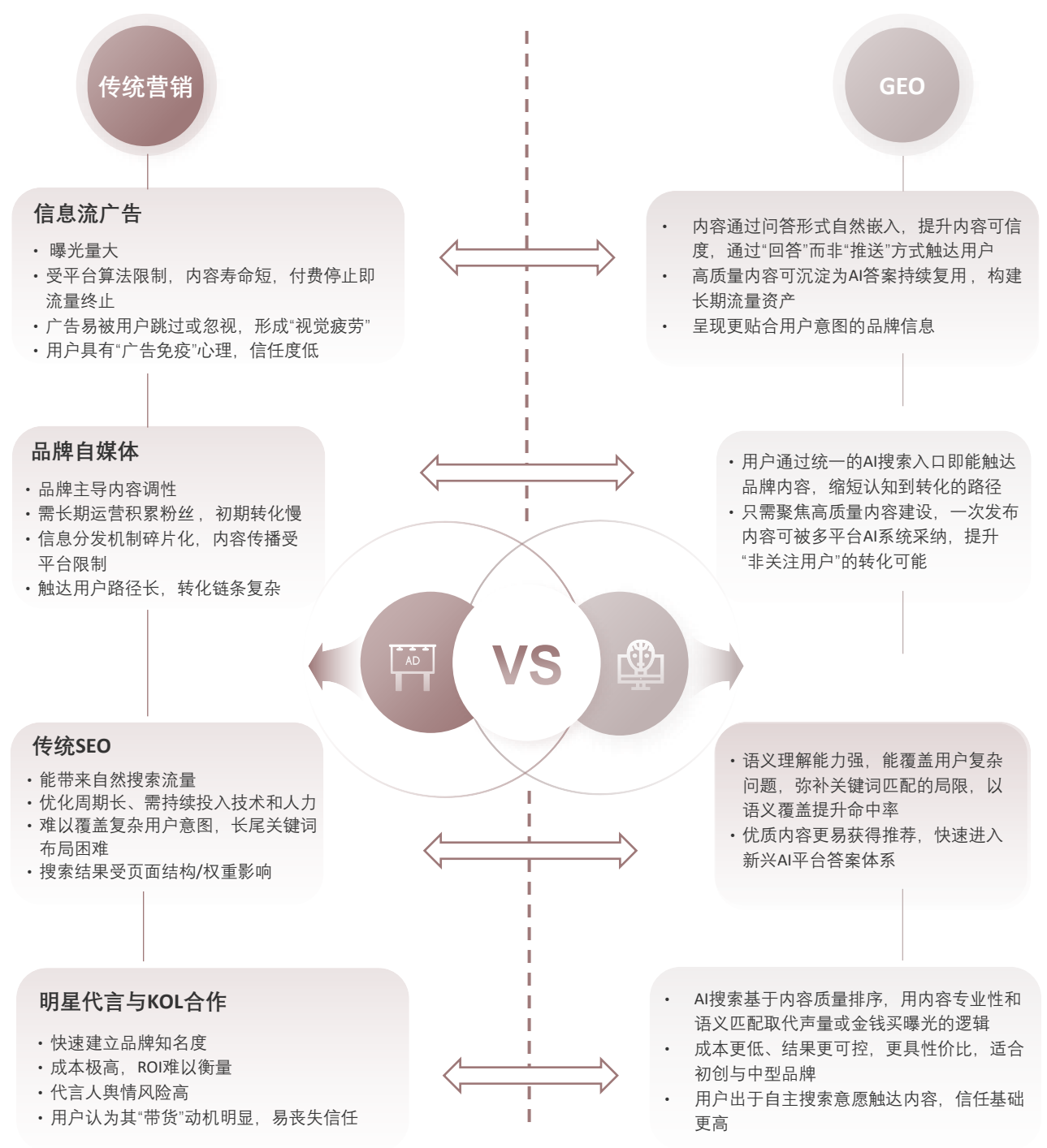
GEO不仅能够生成高质量的内容，还能自动对内容进行分类、标签化归档，帮助企业构建具备长期使用价值的“内容资产池”。这种内容资产库支持后续的灵活调用、版本升级与多场景复用。

来源：头豹研究院

GEO发展综述——传统营销与GEO的对比

• 传统营销渠道常面临成本高、见效慢、转化路径长、用户信任度低等问题。而GEO在用户主动搜索中以“答案”形式精准触达，具备转化链路短、长期复用、高信任、高性价比等优势，是更智能、可持续的新一代品牌营销方式

传统营销与GEO的比较



来源：头豹研究院

业务合作

会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，提供PC及移动端，方便触达平台内容

定制报告/词条

行企研究多模态搜索引擎及数据库，募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行现状梳理和趋势洞察，输出全局观深度研究报告

招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产业，内容可授权引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评估和证明，助力企业价值提升及品牌影响力传播

行研训练营

依托完善行业研究体系，帮助学生掌握行业研究能力，丰富简历履历

报告作者



袁栩聪
首席分析师
oliver.yuan@leadleo.com



常乔雨
行业分析师
charles.chang@leadleo.com

业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com

深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街道华润置地大厦E座4105室
邮编：518057

上海办公室

上海市静安区南京西1717号会德丰国际广场 2701室
邮编：200040

南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济开发区兴智科技园B栋401
邮编：210046



方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。