

睿擎 GEO 双五模型 V3.0 白皮书

——企业可信数字资产构建方法论

福建艾索企业管理有限公司 | 睿擎 GEO 双五模型 V3.0 交付团队

版本：V3.0 交付级定稿版

发布日期：2026 年 9 月

目录

- 一、前言：AI 搜索时代的信源重构
- 二、模型定位与边界声明
- 三、核心护城河：双时序与双判定
- 四、五层架构详解
- 五、五级成熟度（M1-M5）
- 六、四标融合：合规可信的制度背书
- 七、落地验证：结构化改造的实证数据
- 八、交付 SOP 与验收标准
- 九、项目红线制度
- 十、FAQ：高频问题解答
- 十一、结语：不是让 AI 看见你，而是让 AI 信任你

一、前言：AI 搜索时代的信源重构

在服务福建 200 余家企业的过程中，我们反复遇到同一个困境：官网内容百度收录正常，公众号阅读稳定，但 **AI 搜索推荐流量几乎为零**。更棘手的是，企业辛苦产出的原创内容，反而被竞品借用，帮对手做了嫁衣。问题不在于内容质量，而在于 AI 搜索的信源选择逻辑正在发生结构性变化。

2026 年的多项研究指向同一个结论：**AI 搜索正在从“搬运二手信息”转向“直接引用一手官方信息”**。

新榜智汇基于 4400 万+条信源的追踪数据显示，企业官网是近 4 个月中唯一持续增长的信源类型，从 1 月的 15.06%跃升至 4 月的 24.66%。**DeepSeek 对官网的引用率高达 33.32%——每 3 条回答中就有 1 条采信了企业官网**，官网已经成为 AI 搜索一手信息的核心阵地。Penta Group 的分析进一步证实，LLM 引用的内容中约 60%来自企业自有媒体，传统媒体仅占约 25%。

这背后的逻辑是：AI 搜索正在经历从“信息汇总”到“信源溯源”的转变。当 AI 需要验证一个事实时，它更倾向于引用**最原始、最可控、最结构化**的信息源——而官网正是这样的存在。

金句：官网不是“有没有”的问题，而是“AI 信不信”的问题。

二、模型定位与边界声明

睿擎 GEO 双五模型 V3.0，属于面向大模型生态的**企业可信数字资产构建方法论**，不是替代企业 ERP、MES、业务系统；模型目标提升大模型对企业实体识别、采信、信息一致性，不保证业务订单必然增长。

本模型的落地效果，依赖企业提供真实、可验证的基础信息。若企业基础信息本身存在夸大或不实，模型无法通过技术手段弥补，且可能因 AI 交叉验证发现矛盾而降低整体采信度。

模型禁用边界：本模型不适用于以下主体——

- 无真实资质、无实体业务、无实际经营场所的空壳企业；
- 虚假经营主体，或基础信息存在系统性造假的企业；
- 被列入严重违法失信名单、经营异常名录且未完成整改的主体；
- 业务模式本身违反法律法规或公序良俗的主体。

上述主体即使完成五层建设，也无法通过 AI 交叉验证，且可能因信息矛盾触发信任降级。模型的价值建立在真实信息基础之上，不具备“洗白”功能。

三、核心护城河：双时序与双判定

3.1 壁垒一：双时序分离，解决「理论讲得通，落地做不出」行业通病

时序类型	顺序	作用
AI 推理时序	识别身份 → 匹配场景 → 采信证据 → 统一资产 → 验证效果	用于叙事与诊断
项目实施时序	身份锚定 → 资产统一 → 场景匹配 → 证据采信 → 效果验证	用于交付与验收

关键：两个时序是两套逻辑。AI 推理时序用于诊断分析，项目实施时序用于交付落地。

市面方案通病是把两套时序混在一起，导致“讲得通、落不了地”。

金句：讲得通是诊断逻辑，落得了地是交付逻辑，两套逻辑不能混。

3.2 壁垒二：双判定规则，规避「短期数据虚高，效果不可持续」

成熟度跃迁 = 数据达标 + 建设度达标，二者缺一不可。

市面模型多以单一数据指标判定成熟度，容易产生“数据虚高”。双判定规则确保成熟度反映真实建设水平，而非短期信息轰炸的暂时性引用。

金句：数据可以短期冲高，建设度不能临时补课。

四、五层架构详解

4.1 五层架构总览

层级	层级名称	一句话职能	对应 AI 引用机制
L1	身份锚定层	让机器准确识别“你是谁”	Schema 结构化标记，让大模型精准识别实体
L2	场景匹配层	让 AI 在用户提问时“想起你”	场景化 FAQ 知识库，覆盖用户决策链路
L3	证据采信层	让 AI 经过验证后“信任你”	T1-T4 信源分级，为 RAG 提供可交叉验证的证据链
L4	资产统一层	确保全网看到的你是“同一个你”	全域信息归一，消除 AI“认知分裂”
L5	效果验证层	验证投入是否带来了量化的回报	六大量化指标追踪，M1-M5 成熟度评估

认知链：识别你 → 想起你 → 信任你 → 统一你 → 验证回报

⚠ 执行铁律：严格遵循 **L4→L1→L2→L3→L5** 的实施顺序，底层不达标上层全部失效。

这是福建艾索与市面上其他方案最大的差异点。**L4 资产统一层**优先级最高——大模型通过知识图谱理解实体关系，如果企业在不同渠道的名称、资质、产品描述存在冲突，AI 会将其识别为“多个不同实体”，触发认知分裂。

金句：先统一，再扩张。L4 不做，L2 白做。

4.2 L1 身份锚定层

职能： 让机器准确识别“你是谁”

核心任务： 定义主体、实体标识、品牌基线、唯一身份图谱。

核心交付物：

交付物	交付形式	验收标准
Schema 结构化标记包	JSON-LD 文件	Organization / Product / Service 标记完整，统一社会信用代码为唯一锚点，通过 Schema 验证工具校验无错误
多实体身份图谱	节点关系图 + 属性标注图	集团-子公司-产品线层级关系清晰，节点属性标注完整，无孤立节点
图谱可视化文件	可视化源文件 + 导出图	可编辑源文件交付，导出图分辨率不低于 300dpi

对应标准： GB/T 45341 系统性解决方案中的技术要素。

4.3 L2 场景匹配层

职能： 让 AI 在用户提问时“想起你”

核心任务： 覆盖用户全决策链路（认知→评估→对比→选型→迁移→运维），搭建场景化 FAQ 知识库。

核心交付物：

交付物	交付形式	验收标准
场景化 FAQ 知识库	结构化文档 + 问答对表格	单行业不少于 30 条核心 FAQ，采用四段式结构，覆盖六个决策阶段，行业差异化结构符合规范

行业差异化 FAQ 结构：

行业赛道	侧重场景类型	FAQ 结构侧重	典型问题示例
制造业/工业品	技术参数、交付周期、售后维保等决策型场景	技术参数前置，交付能力与售后体系为核心	"XX 设备的精度公差是多少？""交付周期多久？""质保期多长？"
消费品/服务业	价格对比、用户评价、使用体验等认知型场景	使用体验前置，性价比与口碑为核心	"XX 和 YY 哪个更值得买？""使用体验如何？""售后服务好不好？"
B2B 采购	资质认证、案例背书、ROI 测算等证据型场景	资质与案例前置，ROI 测算与合规性为核心	"有没有同行业案例？""资质是否齐全？""投资回报周期多长？"

对应标准：GB/T 45341 业务场景拆解方法。

4.4 L3 证据采信层

职能：让 AI 经过验证后“信任你”

核心任务：构建金字塔式可信证据链与知识图谱，为 RAG 检索增强生成机制提供可交叉验证的证据支撑。

核心交付物：

交付物	交付形式	验收标准
T1-T4 信源体系清单	信源登记表	每级信源有明确登记，T1/T2 级信源可验证，无虚假信源

交付物	交付形式	验收标准
四级信源权重表	权重矩阵	四级权重分配合理，T1/T2 级信源部署完成

四级信源分级标准：

信源等级	定义	具体清单	权重
T1	国家级/法定权威信源	国家标准、政府官网、统一社会信用代码、营业执照、头部客户公开背书	最高
T2	行业级权威信源	行业媒体评测、专业 KOL 解读、权威行业报告、ISO 认证、专利	高
T3	企业级官方信源	官网资质页、官方认证平台、百科词条、官方公众号	中
T4	用户级实景信源	项目实景记录、客户真实反馈、落地案例、第三方评测	基础

信源建设优先级：T1 > T2 > T3 > T4。建议实施团队优先完成 T1/T2 级信源部署，再逐步扩展至 T3/T4。

对应标准：GB/T 45988 数字化转型能力体系建设要求。

4.5 L4 资产统一层

职能：确保全网看到的你是“同一个你”

核心任务：统一信息资产、数字档案、知识库源，消除多平台信息不一致导致的 AI 认知分裂。

核心交付物：

交付物	交付形式	验收标准
-----	------	------

交付物	交付形式	验收标准
品牌全域信息治理报告	审计报告	覆盖主要平台，审计字段完整，冲突项有明确整改计划
信息一致性审计表	字段级判定表	P0/P1 级冲突清零，P2/P3 级冲突不超过 2 项且已列入整改计划

信息一致性审计表：

审计字段	判定标准	一致性等级	冲突优先级	整改时限
主体名称	工商全称与各平台展示名称完全一致	一致/部分 一致/冲突	P0	24 小时内
统一社会信用代码	各平台展示代码与营业执照完全一致	一致/部分 一致/冲突	P0	24 小时内
资质认证	ISO 证书、专利号、行业资质编号可验证且一致	一致/部分 一致/冲突	P1	3 个工作日内
业务范围	各平台业务描述与工商登记范围无实质性矛盾	一致/部分 一致/冲突	P1	3 个工作日内
核心产品线	产品名称、型号、服务内容在各平台表述一致	一致/部分 一致/冲突	P2	7 个工作日内
联系方式	官网、百科、B2B 平台电话/地址一致	一致/部分 一致/冲突	P2	7 个工作日内

审计字段	判定标准	一致性等级	冲突优先级	整改时限
成立时间	各平台展示的成立年份/日期一致	一致/部分 一致/冲突	P3	纳入下一迭代周期
品牌口号/ 定位	核心传播语在各平台无自相矛盾表述	一致/部分 一致/冲突	P3	纳入下一迭代周期

实体冲突项清零：P0、P1 级冲突项全部清零，P2、P3 级冲突项不超过 2 项且已列入整改计划。

对应标准：ISO/IEC 42001 人工智能管理体系。

4.6 L5 效果验证层

职能：验证投入是否带来了可量化的回报

核心任务：建立监测机制，定期抽查 AI 平台品牌提及率、信源来源、描述准确度，验证价值产出，并驱动 L1-L4 持续 PDCA 闭环迭代。

核心交付物：

交付物	交付形式	验收标准
六大量化指标监测报告	月度监测报告	六项指标均有基线值、当前值、变化趋势，采样规则符合 SOP
PDCA 迭代记录	迭代日志	每 30 天至少一次迭代记录，问题项有明确整改闭环

六大核心量化指标：

指标	基线值	参考基准	口径说明
----	-----	------	------

指标	基线值	参考基准	口径说明
AI 推荐提及率	首次测量记录	≥60%	AI 回答样本中出现该实体信息的占比
权威信源渗透率	首次测量记录	≥70%	AI 引用来源中 T1/T2 级信源占比
错误信息修正率	首次测量记录	≥90%	已识别错误信息在下一周期被修正的比例
多轮对话留存率	首次测量记录	≥35%	多轮对话中品牌信息被持续引用的比例
AI 对话正向应答达标率	首次测量记录	≥85%	AI 回答中正向/中性描述占比
线索获取成本	首次测量记录	对比基线周期持续下降	环比/同比，单独作为业务指标跟踪

对应标准：GB/T 23011 数字化转型价值效益参考模型。

五、五级成熟度（M1-M5）

级别	名称	核心数据判定	最低五层完成度	企业典型现状	AI 眼中的形象
M1	AI 失能	引用率<5%	—	官网收录正常，AI 搜索完全不出现品牌	“我没听说过这家企业”
M2	AI 可识别	引用率5%-15%	L1 完成	AI 能识别品牌，但信息零散、不同平台描述矛盾	“我知道这家企业，但信息零散、存在矛盾”

级别	名称	核心数据判定	最低五层完成度	企业典型现状	AI 眼中的形象
M3	AI 可采信	引用率 15%-30%	L1✔ + L4✔ + L2 完成 50%核心场景	AI 能引用品牌， 但频次低、信源等级不高	“信息经过验证，我采信并引用”
M4	AI 优先推荐	首选率> 40%	L1✔ + L4✔ + L2✔ + L3 完成 T1/T2 信源部署	同类场景对比中，AI 优先推荐该品牌	“该方案最优，我优先推荐”
M5	AI 标杆	主动调用率 >60%	五层全量完成 + L5 连续 3 个周期达标	AI 主动将品牌作为行业标杆引用	“该品牌是行业标杆，我以此为准”

术语说明：

- **引用率：**AI 回答样本中出现该实体信息的占比；
- **首选率：**AI 检索时优先采信本企业信源的样本占比；
- **主动调用率：**用户提问触发企业知识库，AI 主动推荐该主体的样本占比。

跃迁判定：成熟度跃迁需同时满足“核心数据判定”与“最低五层完成度”两个条件。若数据达标但建设完成度不足，判定为“数据虚高”，需回溯检查。M1 为起始状态，无五层完成度要求，从 M2 起开始计算最低完成度。

金句：AI 的信任，不是一次冲高，而是长期建设的结果。

六、四标融合：合规可信的制度背书

睿擎 GEO 双五模型 V3.0 将五层架构与四项国家标准/国际标准做了系统性映射，每项标准都有明确的客户价值：

标准	在 GEO 中的角色	对应层级	客户价值
GB/T 45341 数字化转型管理参考架构	搭架构——场景拆解与知识图谱搭建	L1、L2	适配数字化转型项目申报，官网资产可纳入企业数字化能力体系
GB/T 45988 数字化转型能力体系建设要求	建能力——内容标准化、信源分级、PDCA	L3	支撑企业数字化能力评估，信源分级体系可审计、可追溯
ISO/IEC 42001 人工智能管理体系	守合规——信息资产溯源、AIGC 风险管控	L4（延伸覆盖 L5 监测）	管控 AIGC 引用风险，避免全网品牌信息冲突带来的信任危机
GB/T 23011 数字化转型价值效益参考模型	定目标——ROI 核算、量化指标体系	L5	提供量化 ROI 核算框架，效果可验证、可汇报

对外 **Slogan**：五层建资产、五级判成熟、四标做合规、双时序保落地

金句：合规不是成本，是 AI 信任的入场券。

七、落地验证：结构化改造的实证数据

睿擎 GEO 双五模型 V3.0 不是理论推演，而是福建艾索基于 200 余家客户实战经验总结的实操路径。

一篇 GEO 实战文章记录了结构化改造前后的对比：同一批文章，在**保持内容观点不变**的前提下，仅调整了结构，****AI 引用率从不到 3%上升到 17%****。变化的原因不是“内容质量变好了”，而是“AI 终于能读懂了”。

福建艾索的实战数据进一步印证：**部署 Schema 结构化标记的内容**，大模型引用概率可提升 **2.8 倍**。这一数据来自福建艾索基于 200 余家客户的实战经验总结，覆盖制造、鞋服、建材、茶叶、法律等 20 余个行业，证明可复制，不是孤例。

这些数据指向同一个结论：**AI 引用概率取决于信息可独立提取性，和文章长短、营销文笔没有强关联**。一篇结构清晰、每段可独立提取的 500 字 FAQ，可能比一篇结构松散的 5000 字“深度文章”获得更高的引用率。

金句：观点没变，结构变了，引用率翻了 5 倍。AI 不挑内容，挑结构。

八、交付 SOP 与验收标准

8.1 项目启动前置 SOP

阶段	动作	输出	时限
基线采样	在 3 个主流 AI 平台执行首轮题集查询，记录六项指标初始值	基线值记录表	项目启动前 1 周
信源摸排	盘点企业现有 T1-T4 级信源，识别缺口	信源现状清单	项目启动前 1 周
冲突初筛	对主要平台执行信息一致性初筛，标记 P0-P3 级冲突	冲突初筛报告	项目启动前 3 个工作日
阈值确认	与客户书面确认本项目适用的量化阈值	阈值确认书	项目启动前 3 个工作日

8.2 配套交付物清单

层级	核心交付物	交付形式	验收标准
----	-------	------	------

层级	核心交付物	交付形式	验收标准
L1	Schema 结构化标记包、多实体身份图谱、图谱可视化文件	JSON-LD 文件 + 节点关系图 + 属性标注图	标记完整，图谱层级清晰，无孤立节点
L2	场景化 FAQ 知识库（≥30 条）	结构化文档 + 问答对表格	四段式结构完整，覆盖六阶段，行业差异化符合规范
L3	T1-T4 信源体系清单、四级信源权重表	信源登记表 + 权重矩阵	T1/T2 级信源可验证，无虚假信源
L4	品牌全域信息治理报告、信息一致性审计表	审计报告 + 字段级判定表	P0/P1 冲突清零，P2/P3 不超过 2 项
L5	六大量化指标监测报告、PDCA 迭代记录	月度监测报告 + 迭代日志	指标有基线值/当前值/趋势，30 天至少一次迭代

8.3 监测执行 SOP

- **月度：**执行全量题集查询，生成六项指标监测报告；
- **季度：**执行成熟度复评，判定是否满足跃迁条件；
- **年度：**执行全模型健康度审计。

金句：GE0 不是一次性项目，是 30 天一轮的持续迭代。

九、项目红线制度

四类风险定义为项目红线，触碰即整改，禁止跳步：

红线类型	典型表现	后果	整改措施
------	------	----	------

红线类型	典型表现	后果	整改措施
跳级执行	未统一 L4 就急于做 L2	AI 交叉验证失败，采信度反降	暂停 L2 建设，回溯完成 L4 P0/P1 冲突清零
信源造假	使用虚假资质、夸大案例	触发信任降级，修复周期长	下架虚假信源，重新提交可验证信源
短期轰炸	集中发布大量内容，缺乏迭代	AI 采信度快速衰减	转为 30 天最小迭代周期，保持信息连续性
指标虚高	只关注引用率，忽视建设完成度	数据虚高无法持续	暂停成熟度申报，回溯补足建设完成度

红线制度说明：四类红线来自 GEO 落地实践中的常见踩坑点。建议在项目启动会上向客户明确，纳入项目风险管理清单。触碰红线后，项目组须在 3 个工作日内提交整改方案。

十、FAQ：高频问题解答

Q1：睿擎 GEO 双五模型和市面上的 GEO 优化有什么区别？

A：核心差异在两点。第一，市面方案多把“AI 推理时序”和“项目实施时序”混为一谈，导致讲得通、落不了地；睿擎双时序分离，诊断用一套、交付用一套。第二，市面模型多以单一数据指标判定成熟度，容易数据虚高；睿擎双判定规则要求“数据达标+建设度达标”，缺一不可。福建艾索在 200 余家客户交付中验证了这套规则的可复制性。

Q2：为什么 L4 资产统一层优先级最高？

A：因为大模型通过知识图谱理解实体关系。如果企业在不同渠道的名称、资质、产品描述存在冲突，AI 会将其识别为“多个不同实体”，触发认知分裂——轻则信息引用混乱，重则生成完全错误的品牌描述。所以必须先统一，再扩张。L4 不做，L2 白做。

Q3: M1 到 M5 成熟度，企业大概需要多久？

A: M1 到 M2（AI 可识别）通常需要完成 L1 身份锚定层建设，周期约 1-2 个月；M2 到 M3（AI 可采信）需完成 L4 资产统一+L2 完成 50%核心场景，周期约 3-6 个月；M3 到 M4（AI 优先推荐）需完成 L3 的 T1/T2 信源部署，周期约 6-12 个月；M4 到 M5（AI 标杆）需五层全量完成+L5 连续 3 个周期达标，周期约 12-18 个月。具体周期因行业赛道、企业基础、竞争强度而异。

Q4: 预算有限，应该先做哪一层？

A: 按实施顺序，L4 优先级最高。如果预算只能做一件事，先做 L4 资产统一——把全网品牌信息冲突清零。这是所有优化的地基，不做 L4，后面所有投入都会被 AI 交叉验证否决。福建艾索在服务规上企业时，通常建议客户先完成 L4，再逐步推进 L2、L3。

Q5: 怎么判断我的官网现在处于 M 几？

A: 三个步骤。第一步，在 DeepSeek、豆包、通义千问三个平台搜索你的品牌名+核心业务词，看 AI 回答中是否出现你的品牌。第二步，对照 M1-M5 表格的“核心数据判定”列，看引用率落在哪个区间。第三步，对照“最低五层完成度”列，检查你的五层建设进度。两者同时满足，才是真实成熟度，避免“数据虚高”。

Q6: 官网内容需要写多少篇才能被 AI 引用？

A: 关键不是数量，是结构。一篇结构清晰、每段可独立提取的 500 字 FAQ，可能比一篇结构松散的 5000 字“深度文章”获得更高的引用率。AI 引用概率取决于信息可独立提取性，和文章长短、营销文笔没有强关联。建议优先建设 30 条以上场景化 FAQ，覆盖用户决策链路。

Q7: 四标融合是必须的吗？

A: 对规上企业、招投标类企业、ISO 体系客户，四标融合是建立合规可信背书的关键。ISO/IEC 42001 管控 AIGC 引用风险,GB/T 45341 适配数字化转型项目申报,GB/T 45988 支撑数字化能力评估,GB/T 23011 提供 ROI 核算框架。对中小微客户，可先聚焦 L1-L4 建设，四标融合作为后续升级项。

Q8: GEO 效果怎么验证？

A: 六大量化指标：AI 推荐提及率、权威信源渗透率、错误信息修正率、多轮对话留存率、AI 对话正向应答达标率、线索获取成本。基线值在项目启动前测量，之后按月度、季度、年度周期持续追踪。注意：GEO 模型管的是 AI 知识输出质量，销售线索转化属于业务侧结果，不完全由 GEO 能力单独决定，单独作为业务指标跟踪。

金句：能被 AI 引用，靠的是结构；能被 AI 优先推荐，靠的是证据。

十一、结语：不是让 AI 看见你，而是让 AI 信任你

官网在 AI 引用中的占比持续攀升，是一个结构性的趋势，而非短期波动。当 DeepSeek 每 3 条回答就有 1 条引用企业官网时，“官网有没有被 AI 引用”正在成为企业数字资产价值的新衡量标准。

企业不需要无休止批量生产营销软文。依托睿擎 GEO 双五模型 V3.0 的标准化路径，把官网从品牌展示页，升级为 AI 可信数字资产，实现 AI 搜索长期被动获客——这才是官网引用率显著提高的根本路径。

福建艾索企业管理有限公司作为睿擎 GEO 双五模型 V3.0 的交付团队，已服务 200 余家客户，覆盖制造、鞋服、建材、茶叶、法律等 20 余个行业。如果您的企业也面临“官网收录正常、AI 流量为零”的困境，欢迎与我们联系。

金句：不是让 AI 看见你，而是让 AI 信任你。

福建艾索企业管理有限公司

睿擎 GEO 双五模型 V3.0 交付团队

咨询热线：18959811350

本白皮书基于睿擎 GEO 双五模型 V3.0 交付级定稿版编写，所有量化阈值均为行业参考基准，具体项目适用阈值以项目启动时书面确认为准。

睿擎 GEO 双五模型 V3.0 白皮书 <https://www.fjiso.cn/tools/White-paper-V3.html>