



团 体 标 准

T/CGCC 119—2026

商贸流通业生成式引擎优化(GEO) 智能营销技术服务规范

Technical service specification for generative engine optimization (GEO)-
enabled intelligent marketing in the commerce and distribution industry

2026-06-24 发布

2026-07-01 实施

中国商业联合会 发 布
中国标准出版社 出 版

目 次

前言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 总体要求 2

5 服务流程 3

6 数据与技术要求 5

7 合规与安全要求 6

8 风险控制与负面行为管理 7

9 效果评价 9

参考文献 12

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中国商业联合会提出并归口。

本文件起草单位：中国商业联合会数据分析专业委员会、北京清蓝智汇科技有限公司、欧博东方（北京）文化传媒有限公司、北京贵士信息科技有限公司、鹿鸣春晓科技（北京）有限公司、北京犀数科技有限公司。

本文件主要起草人：邹东生、王唯唯、李妹、文革、唐文纲、鲁扬、陈峥、段林峰、王欣洋、赵丽、杨振、叶梦、林凡、袁沅。

商贸流通业生成式引擎优化(GEO) 智能营销技术服务规范

1 范围

本文件规定了商贸流通业生成式引擎优化(GEO)智能营销服务的总体要求、服务流程、数据与技术要求、合规与安全要求、风险控制与负面行为管理、效果评价等。

本文件适用于各类提供生成式引擎优化(GEO)智能营销服务的服务商(以下简称“服务商”),亦适用于商贸流通企业(以下简称“委托方”)开展该项服务的采购、验收及合规自查,以及行业组织的监督、指导工作。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中,注日期的引用文件,仅该日期对应的版本适用于本文件;不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 7714 信息与文献 参考文献著录规则
GB/T 22239 信息安全技术 网络安全等级保护基本要求
GB/T 34941 信息技术服务 数字化营销服务 程序化营销技术要求
GB/T 34960.5 信息技术服务 治理 第5部分:数据治理规范
GB/T 35273 信息安全技术 个人信息安全规范
GB/T 36344 信息技术 数据质量评价指标
GB/T 39335 信息安全技术 个人信息安全影响评估指南
GB/T 41479 信息安全技术 网络数据处理安全要求
GB/T 42454 信息技术服务 数字化营销服务 移动营销技术规范
GB/T 45654 网络安全技术 生成式人工智能服务安全基本要求

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

生成式引擎优化(GEO)智能营销服务 generative engine optimization (GEO)-enabled intelligent marketing service

基于生成式引擎智能技术,通过优化品牌内容、信源结构及交互策略,提升企业在 AI 搜索引擎、智能问答平台等生成式引擎中的信息呈现质量、采信概率与转化效果,进而实现精准获客与品牌内容资产增值的专业服务活动。

3.2

GEO 智能营销服务商 GEO-enabled intelligent marketing service provider

依法设立,具备 GEO 智能营销服务能力,为商贸流通企业提供策略、内容、技术及优化等一体化服务的机构。

3.3

商贸流通企业 commerce and distribution enterprise

以组织商品流通或为商品流通提供专业化服务为核心业务,通过商流、物流、信息流、资金流的运作实现生产与消费联结的企业实体。

3.4

用户意图 user intent

用户在与生成式引擎进行各类交互时所表达的诉求、任务目标及使用预期,是服务商开展指令解析、内容生成与服务优化的重要依据。

3.5

有效提问 qualified query

限定在目标品牌、产品、服务等业务范畴内,具有明确查询意图,符合自然语言规范与平台合规要求,且能正常触发生成式引擎生成应答的查询请求。

3.6

有效提问样本 qualified query sample

由服务商和委托方共同确认,围绕目标业务核心用户意图构建,用于衡量和评估 GEO 效果的提问集合。

3.7

AI 问答提及率 AI response mention rate

在特定统计周期内,当用户向 AI 提问时,AI 生成的回答中提到某个特定主体(品牌、产品、服务等)的次数占全部有效提问样本总量的比例。

3.8

信息准确率 information accuracy rate

在 AI 回答提及特定主体时,所输出的信息与官方公布、可验证的事实信息一致的片段数,占该回答中涉及该品牌的所有可验证片段总数的比例。

3.9

信源 information source

被生成式引擎检索、引用并作为回答依据的,真实、合法、可溯源、可核验的信息来源。

4 总体要求

4.1 合法合规原则

GEO 智能营销服务的相关主体(委托方和服务商)在 GEO 智能营销服务全流程中应严格遵守相关法律法规与国家标准,恪守公序良俗,坚守数据安全与个人信息保护底线,确保服务合法合规开展。

4.2 真实准确原则

委托方和服务商应保证所有生成及优化内容真实、准确、完整,不应具有误导性,内容应契合商贸流通企业实际经营状况。

4.3 透明可溯原则

GEO 智能营销服务的相关主体应建立信源全流程追溯机制,实现信源来源、生成过程、优化记录可查询、可追溯,保障服务透明化。

4.4 技术向善原则

GEO 智能营销服务的相关主体不应以干预、操纵或误导生成式 AI 模型输出为目的,应通过合规手段提升信息适配性。

4.5 公平竞争原则

GEO 智能营销服务的相关主体应做到公平、公正、诚实守信。

4.6 持续优化原则

GEO 智能营销服务的相关主体应结合商贸流通行业特点,建立 GEO 智能营销服务动态监测、效果复盘与迭代优化机制,定期优化服务策略、内容质量及信源结构,提升服务适配性与实效性。

5 服务流程

5.1 需求对接

5.1.1 需求分析与业务调研

服务商应结合委托方经营特征,对其商品结构、销售渠道、门店布局、服务半径、履约方式、促销周期、会员体系、售后政策、平台店铺及本地生活渠道进行调研,识别影响生成式引擎回答质量的核心经营事实或潜在风险因素。

5.1.2 服务诊断

服务商对委托方在目标生成式 AI 平台中的被提及情况、回答准确性、引用来源、正负面倾向、竞品共现等进行基线测量与问题识别,诊断分析宜从平台、信源、品牌、用户等维度建立评估体系,诊断结果可形成报告。

5.1.3 服务方案确认

服务商基于诊断结果和业务调研结论,制定 GEO 整体实施方案,明确服务范围、优化路径、交付物、验收标准、合规要求及不可承诺事项等。方案内容包括但不限于 AI 生成环境下的信息布局方案、内容建设方向、监测指标、风险控制要求等。

5.2 知识资产构建

5.2.1 用户意图词句体系构建

服务商基于业务调研结论,开展用户意图分析。从目标客群的搜索意图、问题场景、行业内容竞争态势、品牌业务特征等维度出发,筛选并构建核心词句及长尾问题句体系。用户意图词句体系作为后续内容策略、知识资产建设、内容生产、监测评估与策略调优的重要依据。

5.2.2 委托方提供材料

委托方应提供真实、合法、有效、准确的品牌资料、业务信息、资质证明、产品信息、经营数据、授权文件及其他必要证明材料。

5.2.3 材料审核及协议签署

5.2.3.1 材料审核

服务商根据项目需要审核相关材料,涉及绝对化用语、比较性表述、功效描述、数据引用、资质背书、授权信息等内容,应具备合法有效的证明依据,无证明依据的,不应用于对外发布。

5.2.3.2 协议签署

双方应签订合规协议,明确以下内容。

- a) 信息真实性确认:委托方应书面确认其提供资料的真实性。服务商应在自身专业能力和技术手段可及范围内,对委托方提供的资料进行审慎核查,特别是涉及资质许可、数据引用、功效宣称等关键信息。委托方和服务商应各自对其提供或确认的信息真实性承担相应法律责任。
- b) 内容合规承诺:双方确认,对外发布内容应符合相关法律法规及行业监管要求,不应使用违反广告法规定的绝对化用语等禁止性表述,不应对产品或服务进行虚假、夸大或引人误解的表述。
- c) 信息使用约定:服务商对委托方所提供资料,仅限用于本项目约定范围内的 GEO 服务,未经书面授权不应挪作他用。

5.2.4 信源管理与知识资产构建

服务商应优先采用委托方官方信息、权威媒体、行业组织、可验证公开资料、合法授权数据及经委托方确认的事实材料作为内容依据。不应虚构权威背书、伪造资质、编造虚假文献、虚假报告、虚假评测或构建虚假权威信源。所引用的数据、资质、工商信息等资料应确保在有效期内,不应使用已过期、已废止的文件作为宣传依据;不应篡改经营数据;不应借助生成式 AI 制作虚假、引人误解的商业宣传,充分保障消费者与合作方的知情权。

委托方应协助服务商提供真实、合法、有效、准确的商贸流通业相关信息及证明材料,包括但不限于品牌主体信息、商品与服务信息、门店与网点信息、价格及促销规则、库存与履约能力、售后与退换货政策、资质许可、授权链路、常见问答及风险禁用表述等。涉及价格、促销、库存、配送时效等动态信息的,委托方应协助明确数据来源、更新频率、责任人及失效处理措施,不应提供过期价格、虚假库存、无法履约的配送承诺等可能误导消费者的信息。

在材料盘点和事实核验基础上,服务商应将品牌、产品、服务、经营、资质、常见问答等信息转化为平台可读、层级清晰、关系明确的结构化内容,并根据项目需要构建知识库或知识图谱。知识资产应区分事实、观点和营销表达,并对实体、属性及关系进行清晰定义,作为后续内容生产、AI 校验和人工审核依据。

5.3 内容生产与审核

GEO 内容应优先围绕消费者真实决策问题组织,例如包括“买什么、在哪里买、是否正品、价格是否合理、能否配送、多久送达、如何退换、适合哪些人群、与竞品差异、门店是否可到达”等场景。内容表达应避免单纯品牌宣传,应提高事实密度、服务可验证性和交易决策可用性。

内容应真实反映委托方经营实际,不应夸大功效、不应虚构评价、不应篡改数据、不应发布虚假营销信息。内容表达应适配生成式引擎的信息检索、解析与采信机制,提升结构化程度、事实密度、实体关联度和可验证性,不应过度修辞、关键词堆砌和同质化低质表达。不应通过编造虚假文献报告、批量伪原创等方式侵害他人著作权与数据权益。各类报告、文献素材引用著录应符合 GB/T 7714 的规定,确保引用信息的结构化与可追溯性。

内容生产应执行多级审核,包括 AI 校验、品牌方与服务商双方事实及合规审核。涉及特殊行业或品类的内容,有专项监管要求的,应符合专项监管要求。必要时,应由相关专业人员审核。同时 AI 生成内容应按照适用规定进行标识。内容审核记录应留存备查,委托方有权查阅审核过程与结果。依托生成式 AI 制作营销素材、经营分析内容的,训练语料管理、模型管控、输出内容风控、生成内容安全等全流程安全管控工作应符合 GB/T 45654 的规定。

5.4 内容投放与发布管控

内容审核通过后,可发布至委托方自有平台及第三方可信渠道。发布应遵循自然、分阶段的节奏,避免批量发布同质化低质内容。服务过程以提升真实信息可识别性、结构化程度和引擎适配性为目标,不应干预、操纵、误导模型输出,不应使用数据投毒、虚假信源、恶意刷量等手段。涉及竞品对比内容时,应确保客观、可验证,不应断章取义,不应捏造负面信息,不应恶意贬损竞品。本阶段程序化投放相关技术操作应符合 GB/T 34941 的规定,智能流量调度宜参照相关技术规范或行业最佳实践执行。

5.5 效果监测与策略的持续调优

5.5.1 监测巡查与风险处置

服务商应常态化监测品牌在生成式引擎环境中的表现,包括但不限于 AI 问答提及率和信息准确率等指标。

服务商应巡查已发布内容的有效性、链接状态、标识完整性及内容安全性。发现失效链接、内容篡改、标识缺失、信息错误、负面风险或其他异常情况时,应及时处理,并留存记录。

5.5.2 持续监测与调优

服务商应定期收集并整理监测数据,形成监测周报或周期性报告并提交委托方。服务商按约定周期输出效果报告,对比基线数据,分析指标变化、执行情况与优化结果等。

服务商应根据监测数据和风险巡查结果,对用户意图体系、内容方向、知识体系、信源布局、发布节奏及后续执行策略进行动态调整。

6 数据与技术要求

6.1 数据收集

数据收集应遵循合法、正当、必要、安全原则。数据收集应限于实现处理目的的最小范围,不应过度收集与业务功能无关的数据。数据治理、个人信息处理、个人信息安全影响评估、数据质量管控、系统网络安全防护工作应分别符合 GB/T 34960.5、GB/T 35273、GB/T 39335、GB/T 36344、GB/T 22239 的规定。不应通过非法爬取、利用网站漏洞、通过植入恶意代码、数据投毒等不正当方式获取、使用第三方平台受保护的商业数据、个人信息及受知识产权保护的数据资源。

6.2 数据清洗

在构建商贸流通知识资产或知识库前,服务商应对委托方提供的及项目收集的数据进行清洗,以保障数据的完整性、准确性、一致性、时效性与可追溯性。

6.3 数据存储

服务商应对委托方商业数据、用户个人信息及项目过程数据实行分级分类保护与安全存储,采取加密、脱敏、访问权限控制等技术与管理措施,并应落实日志审计与数据备份,保障数据安全。

6.4 数据使用

数据应仅用于约定的服务目的。未经委托方书面许可,服务商不应将相关数据用于本项目以外的其他用途,不应擅自对外提供、共享、转让,亦不应用于模型训练、数据标注及其他二次开发利用。如需通过境外人工智能平台或大模型接口处理数据,严禁未经授权向境外传输委托方数据,确需出境提供个人信息、重要数据的,应事先取得委托方书面许可,并严格遵守国家数据跨境相关法律法规要求。

6.5 数据销毁

服务终止或合作到期后,服务商应按照委托方要求安全销毁相关数据文件,不应擅自留存任何形式的副本。

6.6 可追溯日志管理

服务商应建立覆盖全流程的操作日志,记录内容生成、审核、发布、修改、监测及处置等环节,日志内容应包含操作人、操作时间、操作内容及操作结果,并按照法律法规及相关合规要求妥善留存。

GEO 服务商对委托方数据开展线上收集、清洗、传输、存储、使用、销毁等网络数据处理活动,其全流程安全管理工作应符合 GB/T 41479 的规定。

7 合规与安全要求

7.1 数据安全和隐私保护

服务商应建立数据安全管理制度,落实网络安全等级保护、个人信息保护等要求,保障数据全生命周期安全。

7.2 内容合规

所有内容应符合相关法律法规规定,特殊行业应具备相应资质。对于委托方未提供资质证明、资质过期、许可范围不匹配,或超出营业执照及资质证书核准经营范围的商品或服务,服务商应建立拦截机制并触发处置,禁止 AI 生成任何形式的推荐、介绍或引导信息,同时应核验委托方的授权链路完整性。所有对外发布内容应经委托方和服务商双方合规检查,最终审核确认后方可发布。

7.3 特殊群体保护

针对可能影响老年人、未成年人等特殊群体的营销内容,应设置清晰、显著的风险提示与理性消费引导,引导其理性认知和使用服务。

7.4 生成内容标识

GEO 优化交付的文本、图文、音视频等 AI 生成内容,应严格落实《人工智能生成合成内容标识办法》《生成式人工智能服务管理暂行办法》相关要求,规范配置合规显式提示标识与文件元数据隐式溯源标识,不应删除、篡改、遮蔽 AI 生成标注,确保对外投放内容全程可追溯,满足监管标识管理规定。

7.5 算法与模型合规

7.5.1 服务商使用算法推荐、深度合成等技术应遵守相关法规,依法履行备案、安全评估等合规手续,按自身服务模式差异化落实管控义务:自行研发生成式人工智能模型并对外提供服务的,应保障训练语料合法合规、应按照规定对生成内容进行标识,落实全链条主体责任;接入第三方生成式人工智能服

务的,应审核输入内容与生成输出。

7.5.2 服务商全业务应严守内容安全底线,不应实施扰乱市场竞争秩序、生成式人工智能服务秩序及公共信息生态的违规技术行为,包括但不限于:

- a) 利用网站漏洞植入与上下文无关的品牌关键词、垃圾外链、暗链等恶意优化内容;
- b) 伪造权威机构背书、虚构资质证明,编造虚假学术文献、行业报告及评测结论,误导生成式人工智能模型采信;
- c) 对公共数据集、开放知识库实施数据投毒,注入虚假产品信息、错误技术参数、不实评测及恶意对比内容;
- d) 利用自动化脚本、批量工具生成伪原创内容、冗余问答及低质量垃圾信息;
- e) 实施对抗性手段,绕过生成式人工智能平台安全机制,操纵模型输出;
- f) 利用生成式人工智能从事虚假点击、虚假互动、虚假流量等行为,干扰平台算法推荐机制与正常评价秩序。

7.6 应急处置

服务商应建立健全内容安全应急处置方案,明确应急处置流程、责任分工及响应时限,严格遵循法律法规及相关安全管理标准要求。应急处置的触发条件由委托方与服务商约定,一旦触发,应及时启动应急修正程序,及时采取删除、更正、澄清等处置措施,并第一时间同步委托方及相关发布平台,留存应急处置记录,必要时向有关主管部门报告。因服务商原因导致的应急处置,全部费用由服务商承担。

8 风险控制与负面行为管理

8.1 违规分级说明

依据行为性质、危害程度及可恢复性,将 GEO 智能营销服务中的违规行为划分为三个层级:一般违规、严重违规、重大违规,并规定相应处置要求。

8.2 一般违规

8.2.1 违规界定

一般违规是指在 GEO 智能营销服务执行过程中,因服务商操作规范性不足、流程执行瑕疵或文档管理疏漏,导致服务记录不完整或局部质量偏低,但尚未对服务内容准确性、委托方权益或网络信息生态造成实质性影响的行为。一般违规具有可纠正性,不导致服务暂停,整改期内相关服务可继续执行,但核心内容发布应暂缓,待服务商复核通过后恢复。

8.2.2 典型情形

一般违规包括但不限于以下情形:

- a) 服务执行记录不完整:包括操作日志、审核记录等未按约定周期归档;
- b) 流程执行存在轻微瑕疵,但不影响内容准确性和服务连续性;
- c) 非核心内容表述不规范:辅助说明性文字、格式性描述等不规范,但不构成误导;
- d) 档案归档不及时:超出约定时限但在合理范围内;
- e) 监测记录存在一般性缺漏,但不影响核心指标的完整计算与交付。

8.2.3 处置要求

服务商应及时整改,宜在 5 个工作日内完成。服务商应:

- a) 补充完整相关操作记录和凭证；
- b) 完成内部复核,由服务商相关责任人签字确认；
- c) 将整改情况书面告知委托方,并纳入下一周期服务报告存档。

同一类型一般违规在单个服务周期内累计出现 3 次及以上的,应升级为严重违规处置。

8.3 严重违规

8.3.1 违规界定

严重违规是指在 GEO 智能营销服务执行过程中,违反法律法规和本文件强制性条款,导致对外发布内容存在合规风险、委托方权益受损或对公众产生潜在误导的行为。严重违规应暂停相关服务,待整改完成、双方复核通过后方可恢复。

8.3.2 典型情形

严重违规包括但不限于以下情形:

- a) 宣传内容违反法律法规或强制性标准；
- b) 未提供合法有效证明依据,使用绝对化用语、排他性表述或比较性表述；
- c) 违规引用、使用第三方受著作权保护的内容、数据或知识产权资产；
- d) 内容未完成规定的多级审核流程即对外发布；
- e) 未经委托方书面授权,将项目数据用于约定范围外的其他用途；
- f) 针对老年人、未成年人等特殊群体的营销内容,未按要求设置风险提示或消费限制。

8.3.3 处置要求

服务商应暂停相关服务,在 24 小时内完成整改并提交复核。服务商应:

- a) 下架全部违规内容,留存下架记录及原始内容截图备查；
- b) 启动内部问责机制,明确责任人,完成原因排查报告；
- c) 书面告知委托方,说明违规内容范围、处置措施和整改时间表；
- d) 完成整改后,由服务商及委托方相关责任人复核并签字确认；
- e) 对同类内容开展全面排查,确认无残余违规内容。

在合同期内严重违规累计出现 2 次及以上,或涉及同类违规行为的,委托方可以此作为续约评估的重要依据。

8.4 重大违规

8.4.1 违规界定

重大违规是指严重违反法律法规、国家标准或本文件强制性条款,对网络信息生态、市场竞争秩序、委托方或第三方合法权益造成实质性损害或具有较高损害风险的行为。

8.4.2 典型情形

重大违规包括但不限于以下情形:

- a) 数据投毒:向公开数据集、行业知识库、开放知识图谱注入虚假产品信息、错误参数、不实评测,操纵 AI 模型输出；
- b) 语料轰炸:通过自动化工具批量生成并发布同质化低质内容,短期集中污染信息生态；
- c) 伪造权威信源:虚构权威机构背书,伪造资质证明,编造虚假学术文献、行业报告或专家评测；

- d) 恶意贬损竞品:捏造、放大竞争对手负面信息,实施商业诋毁或恶意干扰竞品在 AI 引擎中的正常呈现;
- e) 数据造假:篡改监测数据、伪造效果报告、销毁可审计记录,提供失真服务交付凭证;
- f) 隐私泄露:未经授权收集、共享或泄露委托方数据及用户个人信息;
- g) AI 操纵攻击:实施对抗性技术手段,绕过生成式 AI 平台安全机制,操纵模型输出;
- h) 伪造监测结果:伪造 AI 问答数据、问答提及率等核心服务指标,损害委托方知情权;
- i) 深度伪造滥用:利用深度合成技术伪造知名人士、行业专家或消费者的推荐言论、音视频资料;
- j) 知识库篡改:未经授权对服务商内部知识库或委托方提供的材料进行篡改,以谋取不当商业利益。

8.4.3 处置要求

发现或认定重大违规后,委托方有权终止全部相关服务,冻结可能涉及违规的内容发布渠道。服务商应:

- a) 以不可篡改方式固定并留存全部证据,包括操作日志、内容原文、发布记录、系统截图等;
- b) 启动应急处置机制,24 小时内完成对外渠道违规内容的下架或更正;
- c) 书面告知委托方,说明违规事实、证据情况及应急处置进展;
- d) 同步通报相关内容平台,必要时向主管部门报告。

9 效果评价

9.1 基本要求

9.1.1 服务商应将评价过程与原始数据向委托方公开,支持委托方或第三方复测。

9.1.2 应根据委托方需求,针对主流生成式 AI 问答、搜索类服务平台,提供电脑端、移动端单端或双端服务。移动端营销相关技术实施应符合 GB/T 42454 的规定。

9.1.3 问题设置应围绕特定主体业务场景,设计贴合用户实际需求的提问内容,并在各选定 AI 平台中分别提问。

9.1.4 收集过程应留存查询截图、结果原文等原始记录,确保可追溯。

9.2 AI 平台信源引用

信源引用分析(包含信源覆盖量、内容引用量及行业信源引用结构等)旨在揭示 AI 平台的知识边界与检索生成逻辑。鉴于 AI 生成机制的黑盒属性,该指标不宜作为强制性的服务交付考核项,但可作为衡量服务商洞悉 AI 运行机制及策略制定能力的核心参考。服务商应具备深度解构信源引用特征的能力,并以此为依据反向指导委托方进行权威信息的布局与结构优化,进而提升委托方内容在 AI 平台生成结果中的被引用率与采信度。

9.3 评测质量管控与复现要求

9.3.1 测试样本分层与配额要求

为确保主流 AI 平台评测结果的真实性、可比性与可复现性,测试样本应依据用户真实提问意图构建结构化问题集,并结合真实业务流量特征进行分层设计。

执行层面,应结合项目目标与业务场景,按“意图类别+地域分布”双维度抽样。具体方案(如不同意图类型所涵盖的问题数量,不同地域意图偏好差异、问题量级、测试频次、平台及时间窗口)应在评测

方案中预先设定,并在评价周期内保持口径一致。

9.3.2 连续滚动测试要求

评测应采用连续滚动测试机制,以“日”为最小执行单元,记录 AI 平台在不同时间维度的波动特征。每日测试应依据预设的结构化问题集与用户画像分布(省份/城市/时段)生成并分发测试请求,且单日样本量应满足初步统计分析的基本要求。

9.3.3 分周期统计与结果验证

统计与验证应采用多周期节点:

- 周度节点:聚焦短期稳定性与响应时效性,监测 AI 平台在周内流量起伏中的表现漂移,识别突发异常或策略变更;
- 月度节点:作为核心评估窗口,汇聚全量样本进行深度统计分析。

测试参数(含问题集、测试平台、终端、时间窗口、重复次数、取值方式)及原始记录保存要求,应由双方在评测方案中预先确认并留痕。涉及统计显著性评价的,应在评测方案中明确样本量与统计方法。

评测工作应将日粒度测试与月粒度统计相结合,确保瞬时性能记录与长期结论的可靠性,客观反映 AI 平台在真实业务环境中的综合表现。

9.3.4 信源量化分析与价值评估

信源量化分析与价值评估应符合以下要求:

- 应对 AI 平台信源的分布特征、权重差异及跨平台覆盖情况进行量化分析;
- 宜从分发渠道视角评估各 AI 平台的综合影响力,建立平台间的可比基准;
- 应追踪品牌、产品及相关内容在 AI 平台回答中的出现规律与变化趋势,量化评估各渠道的内容分发价值。

9.4 核心评价指标及计算公式

9.4.1 AI问答提及率

计算规则:单次查询结果同时满足答案中提及特定主体且该提及部分在 AI 平台中具有对应引用信源两个条件时,计为一次有效提及;未同时满足上述条件的,不计入有效提及次数。同一单次查询答案中多次提及同一特定主体,按一次有效提及计算。

计算公式:AI问答提及率 = $\frac{\text{有效提及次数}}{\text{有效提问样本总量}} \times 100\%$

9.4.2 AI问答前三提及率

AI 问答前三提及率是指在特定统计周期内,当用户向 AI 平台提问时,AI 平台生成的回答中提到某个特定主体出现在前三位的次数,占全部有效提问样本总量的比例。

计算规则:单次查询结果同时满足答案中提及特定主体且该提及位置位于前三(总位置前三或细分类当前位置前三)、该提及部分在 AI 平台中具有对应引用信源两个条件时,计为一次前三有效提及;未同时满足上述条件的,不计入前三有效提及次数。同一单次查询答案中多次符合上述条件提及同一特定主体,按一次前三有效提及计算。

计算公式:AI问答前三提及率 = $\frac{\text{有效提及前三次数}}{\text{有效提问样本总量}} \times 100\%$

9.4.3 AI问答首位提及率

AI问答首位提及率是指在特定统计周期内,当用户向AI平台提问时,AI平台生成的回答中提到某个特定主体出现在首位(第一位)的次数,占全部有效提问样本总量的比例。

计算规则:单次查询结果同时满足答案中提及特定主体且该提及位置位于首位(总位置第一或细分类目第一)、该提及部分在AI平台中具有对应引用信源两个条件时,计为一次首位有效提及;未同时满足上述条件的,不计入首位有效提及次数。同一单次查询答案中多次符合上述条件提及同一特定主体,按一次首位有效提及计算。

$$\text{计算公式:AI问答首位提及率} = \frac{\text{有效提及首位次数}}{\text{有效提问样本总量}} \times 100\%$$

9.4.4 信息准确率

计算规则:单次查询结果中,涉及该特定主体的每个可验证片段,其输出的信息与该主体官方公布或可验证的事实信息一致时,计为一条信息准确片段;不一致或不可验证的,计入总抽取片段数但不计入信息准确片段数。总抽取片段数为评估设定的、期望AI平台在回复结果中输出的关键信息词条总数。同一单次查询答案中多次抽取同一关键信息词条,按一次计算。

$$\text{计算公式:信息准确率} = \frac{\text{信息准确的片段数}}{\text{总抽取片段数}} \times 100\%$$

注:片段数为企业期望在大模型回复结果中准确出现的词条数量。

9.5 评价结果应用

评价结果宜作为服务商能力评定、服务结算、合同续约的重要依据;出现实质性误导或违规行为时,应判定服务不合格。

参 考 文 献

- [1] 中华人民共和国消费者权益保护法
 - [2] 中华人民共和国网络安全法
 - [3] 中华人民共和国电子商务法
 - [4] 中华人民共和国反不正当竞争法
 - [5] 网络信息内容生态治理规定
 - [6] 中华人民共和国广告法
 - [7] 中华人民共和国个人信息保护法
 - [8] 中华人民共和国数据安全法
 - [9] 互联网信息服务算法推荐管理规定
 - [10] 互联网信息服务深度合成管理规定
 - [11] 互联网广告管理办法
 - [12] 生成式人工智能服务管理暂行办法
 - [13] 人工智能生成合成内容标识办法
-

中国商业联合会
团 体 标 准
商贸流通业生成式引擎优化(GEO)
智能营销技术服务规范
T/CGCC 119—2026

*

中国标准出版社出版发行
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100029)

网址 www.spc.net.cn

总编室:(010)68533533 发行中心:(010)51780238

读者服务部:(010)68523946

中国标准出版社印刷

各地新华书店经销

*

开本 880×1230 1/16 印张 1.25 字数 25 千字
2026年7月第1版 2026年7月第1次印刷

*

书号:155066·5-22139 定价 43.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换

版权专有 侵权必究

举报电话:(010)68510107



T/CGCC 119—2026