



谁在竞逐千亿级新入口？

报告编委

报告指导人

张扬

爱分析

联合创始人&首席分析师

报告执笔人

李进宝

爱分析

高级分析师

目录

- 报告综述 4
 - 报告背景4
 - 报告要点4
 - 中国市场GEO服务商全景图 5
- 1. GEO市场：千亿新入口正在形成 9
 - 1.1 千亿市场规模指日可待 10
 - 1.2 需求侧焦虑与供给侧混乱11
 - 1.3 GEO的未来12
- 2. GEO方法论：企业如何赢得AI推荐 13
 - 2.1 用户洞察向意图挖掘转变14
 - 2.2 以高频监测对抗模型的随机性15
 - 2.3 GEO内容优化，从可见度博弈转向品牌认知建设 16
- 3. GEO商业模式：从服务费走向交易分成 18
 - 3.1 组合式定价与token化趋势 19
 - 3.2 未来商业模式，AI交易闭环与私域融合 19

4. GEO竞争格局：谁能成为行业赢家	22
4.1 哑铃型竞争格局	23
4.2 四维竞争	24
4.3 五类玩家的竞争优势	25
5. GEO未来趋势：从GEO走向AEO	44
5.1 个性化记忆挑战	44
5.2 公私域融合	44
5.3 从GEO走向AEO	45
5.4 生态共建与合规经营	46
关于爱分析	47
研究与咨询服务	47
联系我们	47
法律声明	48

报告综述

报告背景

搜索时代，企业争夺的是排名位置；信息流时代，企业争夺的是算法推荐带来的曝光机会；而AI时代，企业争夺的是AI回答中的一句推荐。

随着豆包、千问、DeepSeek等AI应用快速普及，AI正在成为继搜索引擎、信息流平台之后的新型用户入口。品牌主开始关注GEO（Generative Engine Optimization，生成式引擎优化），希望通过优化品牌内容与AI模型之间的匹配关系，提升品牌在AI决策链路中的影响力。

然而，作为新兴市场，GEO仍处于早期发展阶段，行业认知、服务标准和交付能力尚未成熟。

为帮助市场建立对于GEO的科学认知，爱分析推出《中国GEO市场研究报告》，系统梳理GEO市场规模、业务模式、竞争格局及未来趋势。

报告要点

一：GEO保持高速增长，2030年迈向千亿市场

AI应用流量爆发，以及品牌营销预算向AI渠道迁移，将推动GEO市场高速增长。爱分析预测，2026-2030年中国GEO市场复合增长率超过130%，市场规模将于2030年达到千亿级。

二：GEO不是SEO的延续，而是企业适配AI认知体系的新能力

SEO优化的是搜索排名，GEO优化的是AI认知。未来企业竞争的关键，不只是让AI看到品牌，而是让AI理解品牌、信任品牌，并在用户决策过程中主动推荐品牌。因此，GEO的价值将从营销内容优化，逐步扩展至企业经营体系与AI规则的适配。

三：数据、技术和行业Know-how将成为GEO服务商核心壁垒

当前GEO市场处于快速发展阶段，服务商数量增长较快，但能力差异明显。未来市场竞争将从简单内容生产转向数据驱动、算法驱动和行业理解驱动。具备高频监测能力、AI模型理解能力以及垂直行业经验的服务商，将更具竞争优势。

四：中国GEO市场将呈现哑铃型竞争格局

GEO市场将形成头部综合型玩家与专业化Agency并存的哑铃型结构。头部玩家凭借技术、数据和客户资源优势，服务大型品牌客户；专业Agency依托行业深度和本地化服务能力，覆盖中长尾市场；缺乏核心能力的中间型玩家将面临较大压力。

五：GEO将走向AEO，成为企业适配Agent的基础设施

随着AI从问答工具向主动服务Agent演进，企业优化对象将从AI生成结果扩展至Agent决策过程。GEO解决“如何被AI看见”，AEO解决“如何被Agent选择”。未来，企业需要持续优化自身产品、内容、服务和经营行为，使其符合AI与Agent的认知规则。

中国市场GEO服务商全景图

当前中国GEO市场已经形成多元化竞争格局。本报告基于市场调研、企业访谈及产业实践，梳理30余家代表性GEO服务商，覆盖AI原生型、AI营销型、行业深耕型、整合营销型等不同类型玩家，呈现中国GEO产业竞争版图。