

2026 生成式引擎优化 (GEO) 趋势报告

深度解读 AI 搜索时代的品牌增长新范式

报告日期：2026年8月

一、报告摘要

2026年，生成式引擎优化 (Generative Engine Optimization, GEO) 行业完成了从边缘创新到企业营销核心基建的关键跨越。随着豆包、千问、DeepSeek、Kimi等AI应用的快速普及，AI正在成为继搜索引擎、信息流平台之后的新型用户入口。品牌竞争的焦点，正从“在搜索结果页排名靠前”转向“在AI生成的答案中被引用和推荐”。

本报告基于爱分析、易观Analysys、艾瑞咨询、中国信通院、CNNIC、Gartner、IDC等多家权威机构2026年发布的研究数据，系统梳理GEO的市场规模、增长驱动力、用户行为变迁、技术逻辑与未来趋势，为企业布局GEO提供数据支撑与决策参考。

二、GEO的兴起：搜索范式的根本性变革

2.1 从SEO到GEO：一场不可逆的范式转移

搜索引擎优化 (SEO) 自1990年代末诞生以来，长期占据数字营销的核心地位。然而，随着ChatGPT、豆包、DeepSeek、Kimi、文心一言、通义千问等生成式AI产品的大规模普及，用户获取信息的方式正在发生根本性改变——不再通过点击十个蓝色链接自行筛选答案，而是直接向AI提问，由AI在整合海量信源后生成结构化、可对话、可追问的答案。

维度	传统搜索引擎	AI搜索引擎
工作链路	爬虫抓取→倒排索引→关键词匹配→排序输出	用户提问→意图理解→多源检索→RAG增强生成→答案输出→引用标注
输出形式	10条蓝色链接	1个整合式答案
优化目标	排名靠前（被看见）	被引用和被推荐（被信任）
品牌命运	排名靠后仍有曝光机会	要么被引用，要么被“沉默”

Gartner 在《2025年数字营销趋势报告》中明确指出：**到2026年，生成式AI搜索引擎将分流传统搜索引擎25%以上的流量，GEO将取代传统SEO成为品牌可见度管理的第一优先级。**

2.2 从“主动搜索”到“答案生成”

Gartner 2026年1月调研数据显示，约 **28%** 的典型企业搜索查询已从传统搜索引擎迁徙至AI对话式平台；在18至35岁核心消费群体中，将AI平台作为“消费决策前最后一站”的比例高达 **41%**。

中欧国际工商学院《AI搜索时代：从GEO到AIBE的品牌新蓝图》白皮书指出：**品牌的可见性不再取决于点击量，而取决于是否被AI引用与信任。** GEO不仅是一套技术方法论，更是品牌在AI搜索时代的生存策略。

核心结论：2026年的搜索市场正在经历一场由技术底层驱动的结构性的重构——从“主动搜索”到“答案生成”的演变。SEO解决的是“被爬虫发现并收录”的问题，GEO解决的是“被AI模型选中并生成推荐和引用”的问题。

三、 市场规模：GEO的爆发式增长

3.1 中国市场规模数据

多家权威机构从不同统计口径交叉验证了GEO市场的爆发式增长：

- **易观Analysys《中国GEO行业发展报告2026》**：2025年约2.5亿元 → 2026年约30亿元（同比增长约1100%） → 2027年预测约90亿元，三年复合增长率超500%。
- **爱分析《2026中国GEO市场研究报告》**：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。
- **艾瑞咨询《2026年GEO生成式引擎优化行业研究报告》**：2025年约6亿元 → 2030年预测518亿元，五年间实现86倍增长。
- **中国信通院**：2026年国内GEO市场规模预计突破286亿元，年增速达125%，行业渗透率从2025年的38%升至71%。

核心结论：不同机构的统计口径差异源于对GEO服务范畴的界定不同，但这些数据共同指向一个确定性结论：**GEO正以指数级速度从营销边缘地带向核心预算池迁移。**

3.2 全球市场规模

- **IDC 2026年Q1行业报告与国信证券数据**：2026年全球GEO市场规模达到220亿美元，过去三年年复合增长率高达122%，中国市场份额超50%。
- **Market Decipher报告**：全球GEO市场预计2036年将达到329.2亿美元，年复合增长率达40%。

3.3 企业入局现状

截至2026年第一季度：

- 超过 **68%** 的中大型企业已将GEO纳入年度营销预算。
- 2026年中国GEO行业渗透率从2025年的38%攀升至 **71%**。
- **67%** 的企业营销负责人将“AI可见度”列为年度核心KPI。

在企业端的行业分布上，**科技、消费电子、新能源汽车**等面向C端的行业率先布局；**金融、医疗**等强监管行业在合规框架下逐步跟进；**传统制造业和B2B行业**也开始在AI搜索中寻找获客突破口。

四、用户行为与流量迁移

4.1 AI用户规模爆发

中国互联网络信息中心（CNNIC）数据：

- 截至2025年12月，我国生成式人工智能用户规模达到 **6.02亿人**，较2024年底增长141.7%，普及率达42.8%。
- 截至2025年6月，生成式AI用户规模达5.15亿人，占中国网民总数的 **50%**。

QuestMobile《中国移动互联网2026年上半年大报告》：

- 到2026年6月，国内AI原生应用月活规模达 **4.99亿**，同比增长85.4%。
- 仅豆包一款应用月活即达 **3.82亿**，跻身全网App总榜第16位。

2026年第一季度AI原生APP月活：

- 豆包：3.45亿
- 通义千问：1.66亿
- DeepSeek：1.27亿
- 腾讯元宝：1.14亿
- 合计：4.4亿**

4.2 用户行为结构性变化

- 88.8%** 的用户已将AI搜索作为主要或重要的信息获取方式。
- 80%以上** 的消费者在做出购买决策前会先向AI提问。
- 超 **六成** 消费者直接依据AI推荐完成购买决策。
- 利用生成式AI回答问题的用户达到 **80.9%**。

Gartner预测：2026年传统搜索引擎访问量将下降25%；到2028年，**50%** 的搜索流量将被生成式AI取代。

4.3 流量结构的标志性拐点

2026年6月，Cloudflare首席执行官披露：在网站HTTP请求中，**机器人流量占比已达57.5%**，人类流量仅占42.5%。增量主力是 **AI智能体和AI聊天机器人**。

Google搜索开启AI Overview功能后，搜索链接点击率下降超过70%。

五、GEO vs SEO：本质差异

维度	SEO	GEO
优化对象	搜索引擎爬虫算法	AI大模型（RAG架构）
核心目标	排名靠前、获得点击	被AI引用、被AI推荐
信息筛选逻辑	关键词匹配	语义向量理解+多源交叉验证
内容要求	关键词密度、外链权重	结构化、权威性、可复用内容
品牌命运	排名决定点击量	是否被AI选中并生成推荐

一句话概括：SEO争夺的是“位置”，GEO争夺的是“信”——AI是否信任这段内容，以及用户是否信任AI的推荐。

5.2 AI内容引用机制

- 检索阶段：**模型从几十甚至上百个海量优质信源中抓取内容（豆包AI搜索单次抓取信源可达50+篇）。
- 阅读理解阶段：**模型进行语义可信度评估。
- 综合生成阶段：**模型仅引用8-15个高可信度信源生成答案，淘汰率超过80%。

爱分析在《2026中国GEO市场研究报告》中明确指出：**GEO不是SEO的延续，而是企业适配AI认知体系的新能力**。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**。

六、行业合规与标准化

6.1 监管框架逐步建立

2026年3月14日，国内首部 **《生成式引擎优化（GEO）行业自律公约》** 在北京签署，由中华出版促进会（中宣部主管）AIGC出版融合创新工作委员会指导，十余家单位共同发起，从数据合规、内容质量、黑帽治理、正向优化、用户权益、行业共建六大维度确立底线。

同月，**中国广告协会**全面启动GEO领域标准化建设工作。

6.2 国家网信办备案进展

截至2026年2月28日，累计 **796款** 生成式人工智能服务完成备案，481款完成登记。行业普遍认同的合规GEO，应当满足三个条件：**内容真实可溯源——不编造数据、不虚构资质、不伪造评价**。

七、未来趋势与展望

7.1 从GEO到AEO的演进

爱分析报告指出，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”**。

7.2 市场格局：哑铃型竞争结构

头部综合型玩家与专业化Agency并存的哑铃型结构正在形成。据行业统计，**超过200家宣称提供GEO服务的机构中**，真正具备技术自研能力、合规体系和效果交付闭环的专业服务商是稀缺资源。

7.3 数据、技术和行业Know-how成为核心壁垒

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。

八、结论与建议

8.1 核心结论

- GEO已从“可选实验”迈入“必选基础设施”阶段**。2026年是中国GEO市场从“试点”正式“立项”的关键年份。
- 用户决策路径发生不可逆转**。AI原生应用月活已达4.99亿，88.8%的用户已将AI搜索作为主要信息获取方式。
- 传统SEO正在失效**。Gartner预测2026年传统搜索量将下降25%，AI Overview功能导致搜索链接点击率下降超过70%。
- GEO争夺的是“信”而非“位置”**。品牌需要从“优化排名”转向“构建AI信任”。

8.2 企业行动建议

- 立即布局GEO战略**：71%的企业已入局，晚入局者将面临更高的获客成本和更激烈的竞争。
- 构建AI可理解、可引用、可采信的高质量内容体系**。内容需满足EEAT原则（经验、专业性、权威性、可信度）。
- 建立GEO效果监测体系**：定期监测品牌在主流AI平台（豆包、千问、DeepSeek、Kimi等）的提及率、引用率和情感倾向。
- 关注合规与标准化**：随着行业自律公约和广告协会标准的落地，合规将成为GEO服务的基本门槛。
- 布局多模态与Agent时代**：GEO将走向AEO，企业需提前适配AI Agent的决策逻辑。

数据来源：爱分析《2026中国GEO市场研究报告》、易观Analysys《中国GEO行业发展报告2026》、艾瑞咨询《2026年GEO生成式引擎优化行业研究报告》、中国信通院、CNNIC《生成式人工智能应用发展报告（2025）》、QuestMobile《中国移动互联网2026年上半年大报告》、Gartner、IDC、中欧国际工商学院《AI搜索时代：从GEO到AIBE的品牌新蓝图》等。

© 2026 帧速科技 · 本报告仅供研究参考，数据版权归原始发布机构所有。