GEO 服务商自主可控白皮书

从代理、贴牌到源码部署——全国 GEO 服务商的系统选型指南

核心主张

GEO 是金矿，服务商是挖矿的人。这把"铲子"不该永远租在上游手里——系统、客户、数据、媒体资源、定价权，都应该是你自己的。

出品方：杭州爱搜索人工智能有限公司

定位：国内 GEO 领域源头研发厂家 · 系统源码部署

版本：2026 版 | 发布日期：2026 年 9 月

执行摘要

生成式 AI 搜索正在重塑用户获取信息的入口。企业开始关心"AI 是否认识我、说我什么、把我推荐给谁"，GEO（生成式引擎优化）由此从概念走向企业服务市场。全国大量服务商——来自 SEO、SEM、企业服务、新媒体代运营行业——正在面对一个共同的尴尬：生意在增长，但支撑生意的系统、客户数据、媒体资源和定价权，并不在自己手里。

本白皮书面向 GEO 服务商，不面向终端企业。核心问题是：在 GEO 这门生意里，服务商如何选择一条不被上游厂商卡脖子的路径。

10 项	20+	10 万+	20+
GEO 领域软件著作权	直连高权重媒体 API	合作媒体网络	覆盖国内外大模型

3000	50-100	数百家	7×24
城市分站一键生成	单人可运营客户数	服务企业客户	技术支持响应

我们的核心主张

- GEO 的运营方法论在行业内高度趋同，最终拼的是成本结构、投入自主权和数据归属。
- 代理与贴牌换壳模式，本质上都是把客户资产沉淀在上游一侧，服务商更像上游的销售。
- 完全自研一套 GEO 系统通常需要 3—5 人团队、4—12 个月周期和持续媒体投入，门槛不低。
- 源码部署——把成熟的全链路自研系统部署到自己服务器——是服务商实现自主可控的现实路径。
- 爱搜索坚持"不作假"：每个环节、每条媒体、每笔消耗、每条收录数据，系统内全程可查。

目录

（请在 Word 中按 F9 更新目录）

第 1 章 GEO 与服务商的新处境

1.1 什么是 GEO

GEO（Generative Engine Optimization，生成式引擎优化）针对的是用户向 AI 助手提问时，AI 是否、以何种方式、引用哪些信源来提及某家企业。一家企业在 GEO 层面是否"被看见"，取决于它在公开互联网上的事实是否统一、内容是否结构化、是否被高权重媒体与可信信源反复验证。

1.2 为什么 2025—2026 年成为爆发期

用户侧

采购、选型、技术咨询从搜索引擎跳转至 AI 对话，B2B 决策链路上的"AI 提问"比例显著上升。

供给侧

豆包、DeepSeek、通义、文心、元宝、Kimi、ChatGPT、Gemini 等平台开放联网搜索与引用。

服务侧

大量传统 SEO/SEM/新媒体公司寻找新品类，GEO 成为承接 AI 流量红利的天然赛道。

1.3 GEO 服务商的角色

一个朴素的比喻：GEO 是金矿，终端企业是金矿旁愿意付费的人，GEO 服务商是矿工，工具系统——内容生成、媒体直发、数据监测、建站、多模型覆盖——是矿工手里的铲子。问题在于，大多数服务商拿到的铲子来自上游，客户在厂商后台，一旦合作终止，矿工带走的只是经验。

1.4 服务商面临的四种选择

路径	系统归属	客户数据	定价权	投入门槛
做上游代理	上游	上游	上游统一价	低
OEM 贴牌换壳	上游（换 Logo）	上游	有限	中低
完全自研	自己	自己	完全自主	高（人+时间+资金）
源码部署成熟系统	自己服务器	自己	完全自主	中（一次性买断）

第 2 章 代理与贴牌模式的五个陷阱

2.1 客户资产沉淀在别人的服务器

代理模式下，终端客户实际注册在上游系统里。服务商的角色更像"厂商的本地销售"。一旦与上游终止合作，沉淀在厂商后台的客户资源、历史数据、内容记录都不属于服务商。

2.2 "贴牌换壳"不等于自主

OEM 贴牌前台换了 Logo、域名和公司名，但后台服务器、数据结构、媒体 API、价格体系仍在原厂商手里。服务商以为在做品牌，实际仍在替上游运营渠道。

2.3 提单成本与定价权丧失

- 每服务一个终端客户都要向上游按条/按次/按账户支付提单成本，毛利结构被上游锁死。
- 套餐、折扣、组合方案空间有限，难以根据本地市场灵活定价。

2.4 自研的高成本与长周期

团队配置

一套全链路 GEO 系统通常需 3—5 人技术团队（前后端+算法/运营）。

研发周期

从立项到稳定可用短则 4—5 个月，长则一年以上，上线时规则可能已迭代。

持续投入

AI 平台接口、媒体 API、大模型能力都在变，需持续维护，不是一劳永逸。

2.5 媒体资源的准入门槛

- 仅靠自媒体发稿，权重和稳定性不足以支撑 B2B 客户的 GEO 需求。
- 对接第三方发稿平台 API，谁都能接、无价格优势，平台还要抽一层利润。
- 一家家直连媒体 API，需承担接口费、预充值、保证金、保底消耗，没有数百万元前期资金难以建成。

2.6 四种模式的代价对比

代价项	代理模式	贴牌换壳	完全自研	源码部署成熟系统
客户数据归属	上游	上游	自己	自己
每单提单成本	持续支付	持续支付	无	一次性买断后无

代价项	代理模式	贴牌换壳	完全自研	源码部署成熟系统
定价自主权	弱	弱	完全自主	完全自主
媒体直连资源	不掌握	不掌握	需自行投入	随系统共享
上线周期	立即	立即	4—12 个月	数周内部署
技术维护责任	上游	上游	自己全程承担	厂商支持+自己可控

第 3 章 源码部署：服务商的自主可控路径

3.1 什么是源码部署

把一套已成熟、经市场验证的 GEO 营销系统，以源码与部署包形式安装到服务商自己购买和管理的服务器上。系统运行在自己的服务器环境中，后台、数据库、客户账户、媒体密钥、内容记录全部归服务商所有。

SaaS 是"租房子住，房东随时可以涨租或收房"；源码部署是"买下来的房子，房产证是你的"。

3.2 部署后服务商真正获得什么

系统所有权

全链路自研 GEO 系统部署在自己服务器，不再按账户、按提单付费。

客户资产沉淀

所有终端客户账户、历史数据、监测报告都在自己数据库，终止合作时完整保留。

定价自主权

可自由设计套餐、折扣、组合方案，毛利结构完全由自己决定。

媒体资源共享

已直连好的高权重媒体 API 与合作媒体网络随系统一并接入，无需重复支付接口费。

向下发展代理

在自己的城市或区域可继续往下发展下级代理、做自己的贴牌品牌。

3.3 源码部署不等于无人维护

服务商需要：一台稳定的云服务器；基础运维能力（可自己做，也可交给厂商或第三方）；持续的业务运营投入。系统是工具，效果最终取决于在客户身上投入的内容、媒体与服务。

3.4 谁适合选择源码部署

- 已在做 GEO/SEO/SEM/企业服务，有客户基础，但不愿长期被上游锁住的团队。
- 本地有客户资源，但技术团队不足以独立研发成熟系统的公司。
- 希望在自己的城市或行业建立"自主可控 GEO 服务品牌"，愿一次性投入换长期自主权的经营者。

如果刚起步、客户量小，可先从代理或自用切入；待客户沉淀到一定规模再迁移源码部署，更稳妥。

第 4 章 爱搜索 GEO 营销系统能力全景

4.1 设计理念：不作假、全流程可查

系统的第一性原则是"不作假"。每条媒体直发记录在系统内留痕——发了什么、发到哪个媒体、何时发布、是否收录，均可追溯；每笔消耗可对账；每次 AI 可见度监测保留原始记录，不事后修改。

4.2 系统功能模块

智能深度检测

对十余个国内外主流大模型监测，自动生成"AI 可见度分析报告"，掌握客户基线并洞察竞品。

全自动文案生成

高品质文案自动生成，从生成到多渠道分发全自动，无需人工逐条复制或点击发布。

全自动图文视频

支持豆包高权重图片/视频生成与全自动发布，一键混剪，全链路无人值守。

媒体直发

系统直连 20+ 家 GEO 高权重权威媒体，按条底价直发，每条内容在系统内清晰可见。

万级媒体网络

整合 10 万+ 合作媒体，覆盖官媒、自媒体大 V、B2B 网站，快速构建内容分发网络。

AI 智能建站

一键生成高端定制网站，自带 SEO 与 GEO 优化能力，与系统实时绑定更新。

城市分站

一键生成全国 3000 个城市分站站点，以城市维度组织客户信息，提升本地 AI 呈现。

多模型覆盖

支持豆包、DeepSeek、千问、文心、元宝、Kimi 等 20+ 国内外主流大模型优化与监测。

4.3 人效：单人运营 50—100 家客户

系统使用门槛被刻意压低——会打字即可操作。一名全职人员在完成基础配置后，通常可同时运营 50—100 家客户。全自动链路 + 单人多客户，是这套系统在成本结构上的核心设计目标。

4.4 系统技术架构

层级	模块	说明
接入层	AI 可见度监测	10+ 国内外大模型数据监测、竞品对比、自动报告

层级	模块	说明
内容层	文案/图文/视频引擎	AI 内容生成、多模态素材、混剪、全自动发布
分发层	媒体直发 + 万级媒体	20+ 直连 API 高权重媒体底价直发 + 10 万+ 合作媒体网络
站点层	AI 建站 + 城市分站	一键生成企业官网、3000 城市分站、SEO/GEO 双优化
数据层	客户/消耗/收录台账	全流程留痕、媒体对账、收录追踪、效果复盘

第 5 章 技术与知识产权底气

5.1 全链路自研，而非套壳

爱搜索 GEO 营销系统从内容生成、媒体分发、数据监测到建站与城市分站，底层均为自主研发。只有真正自研，源码才能完整交付；如果系统本身基于第三方 SaaS 二次开发，所谓"源码部署"只是转手一层代理。

5.2 核心团队

核心团队来自百度、360、腾讯、阿里、字节跳动等一线互联网企业，在搜索算法、内容生态、互联网营销、广告投放与 AI 应用领域平均拥有十年以上一线实战经验。

客观说明：杭州爱搜索人工智能有限公司作为独立法人成立于 2025 年 10 月，是一家新公司；但团队在搜索与互联网营销方向的积累是长期的。欢迎服务商到杭州总部实地考察、当面核对团队与系统。

5.3 十项软件著作权

序号	软件名称	登记号
1	基于全球大语言模型搜索精准度优化系统 V1.0	2026SR0174695
2	全场景 AI 搜索 GEO 智能营销优化软件 V1.0	2026SR0159449
3	全行业 AI 搜索 GEO 智能问答优化平台 V1.0	2026SR0240590
4	渠道代理商全生命周期数字化管理平台	2026SR0167134
5	企业 AI 搜索产品词 GEO 转化提升系统 V1.0	2026SR0246334
6	企业客户数字化营销活动 SaaS 平台 V1.0	2026SR0163357
7	AI 搜索 GEO 关键词排名优化系统 V1.0	2026SR0242198

序号	软件名称	登记号
8	基于 AI 大模型搜索精准度优化系统 V1.0	2026SR0160480
9	多源数据整合与智能分析服务平台	2026SR0188541
10	智能广告投放效果分析与优化软件 V1.0	2026SR0269701

第 6 章 合作模式与服务保障

6.1 五种合作模式

合作模式	适合对象	系统归属	数据归属	可发展下级
企业自用	有终端客户、想自己用系统的团队	爱搜索 SaaS	客户使用	否
代理合作	本地起步、想先跑通业务的服务商	爱搜索 SaaS	爱搜索	有限
OEM 贴牌	前台要自有品牌、暂不要求数据独立	爱搜索 SaaS	爱搜索	有限
源码部署	有客户基础、要求数据与定价自主权	自己服务器	自己	可以
私有化部署	对安全/合规有更高要求的中大型客户	自己服务器	自己	按约定

6.2 源码部署交付内容

系统源码与部署

在合作伙伴自己的服务器完成安装、配置与联调。

媒体资源接入

20+ 直连高权重媒体 API 与 10 万+ 合作媒体网络随系统打通。

培训材料

标准化操作手册、业务流程、客户交付方法论。

初始配置支持

协助完成企业事实库、关键词库、首批客户的系统初始化。

合作价格根据合作方式与部署规模灵活定价，区间为数万元到数十万元不等，一次性买断，无后续年费压力。

6.3 培训与售后

- GEO 基础认知培训：AI 搜索原理、各平台差异、客户诊断方法。
- 实战方法论：如何为不同行业客户设计内容方案、选择媒体组合、解读 AI 可见度报告。
- 7×24 小时技术支持：系统故障、接口异常、部署问题随时联系。

- 杭州本地总部：位于 AI 之都杭州，欢迎上门考察，周边客户可现场对接。

第 7 章 关于客户案例的诚实说明

7.1 为什么不公开客户名称与具体数值

你可能会注意到：本白皮书没有列出任何"某客户询盘增长 135%"的故事。这不是因为我们没有案例，而是因为：

- 绝大多数合作客户签署了保密协议，公开其公司名称、行业细节或运营数据会违反合同义务。
- 在未取得客户书面授权前，以匿名方式复述其数据存在误导风险。
- 把"某客户询盘上涨"直接归因于 GEO 服务本身在统计上不严谨——同期可能存在 SEO、广告、市场自然增长、销售变动等多种因素。

7.2 可以公开的合作规模

数百家	数十家	全规模	多行业
企业客户	代理/贴牌/源码合作伙伴	从个体工商户到世界 500 强	制造/电商/企服/本地生活/教培/医疗

7.3 为什么坚持"不编数字"

GEO 作为新兴赛道，市场上已出现大量用"精确到小数点后一位"的假数据、匿名增长百分比、凭空的技术精度数字包装自己的白皮书。爱搜索把"不作假"写进公司价值观，在宣传材料上选择更难但更诚实的表达：讲清楚系统做什么、不做什么，讲清楚合作的真实边界，讲清楚哪些数据能给、哪些不能给。

第 8 章 选型清单与常见问题

8.1 GEO 服务商系统选型检查清单

检查项	要问清楚的问题
系统是否真自研	能否现场查看源码结构？公司是否持有对应软件著作权？
数据归属	客户账户、历史内容、监测报告存在哪一侧服务器？终止合作时数据如何导出？
媒体资源	直连了多少家高权重媒体？是否需额外预充值/保证金/保底消耗？底价多少？
计费方式	一次性买断还是按年/按账户/按提单付费？后续有无隐藏费用？
多模型覆盖	支持哪些国内外大模型？新平台接入是否需额外付费？
人效	一名熟练运营人员可同时维护多少家客户？
培训与售后	是否提供系统培训？技术支持响应时效？是否上门？
案例核验	能否在 NDA 安排下，现场查看脱敏后的真实合作后台？

8.2 常见问题 FAQ

问：源码部署后还需要自己的技术团队吗？

答：基础服务器运维可由爱搜索协助，也可交给第三方。业务侧日常操作不要求技术背景，会打字即可。

问：部署后我能不能把系统再卖给别人？

答：可以。在授权区域内可服务自己的终端客户，也可往下发展代理或做贴牌。

问：AI 平台规则变了怎么办？

答：规则确实在持续变化。爱搜索会持续迭代系统适配主流平台，并同步给合作伙伴；但不承诺"AI 排名第一"。

问：媒体发稿会不会被判定为低质量内容？

答：系统提供工具与资源，内容策略由服务商掌握。坚持"不作假"，不鼓励批量模板化发稿。

问：现在还很小，适合直接源码部署吗？

答：可先从自用或代理跑通业务；当客户沉淀到一定规模、对数据归属和定价权有明确诉求时，再迁移更稳妥。

8.3 下一步

- 预约杭州总部实地考察：现场查看系统演示、源码结构与媒体对接后台。
- 提供你的城市、行业与当前客户规模，我们给出适合的合作模式建议与报价。
- 在 NDA 安排下，查看脱敏后的合作记录。

附录 A 公司与联系方式

项目	信息
公司全称	杭州爱搜索人工智能有限公司
成立日期	2025 年 10 月 23 日
公司定位	国内 GEO 领域源头研发厂家 · 系统源码部署服务商
总部地址	浙江省杭州市余杭区良渚街道金恒路 18 号 1 幢 609 室
官方网站	www.hzaiss.com
联系人	吴先生
咨询热线	4000007080
手机 / 微信	13235770809
核心价值观	不作假：优化的每个环节、发布的每条媒体、消耗的每一分钱、收录的每条数据，系统内清晰可见。

附录 B 免责声明

本白皮书由杭州爱搜索人工智能有限公司编制，用于介绍公司在 GEO 方向的系统能力、合作模式与行业观察，不构成对任何 AI 平台固定排名、固定推荐、固定引用或商业结果的承诺。AI 平台的检索规则、训练数据、引用策略与产品形态会持续变化，GEO 服务效果受行业竞争、客户基础、内容质量、媒体组合、预算投入与持续运营等多重因素影响。

本白皮书中的合作客户规模、媒体资源数量、软件著作权等信息为公司截至发布日的内部统计口径；软件著作权登记号可在中国版权保护中心官网公开查询。涉及具体客户名称与运营数据的内容，因商业保密协议约束未予披露。