OCEANGTM RESEARCH · 2026 Q4

2026 外贸 GEO 观察

v1

我们测了 8 个采购问法、26 天的服务器日志和全站 80 个页面。四个结论和直觉相反：

推荐位不是内容质量竞争，技术层已经不是瓶颈，价格问是个空位，而"有官网"和"被推荐"是两件事。

出品：金华市创捷商业管理有限责任公司 · 盈帆–OceanGTM

版本 v1　数据截止：2026–11–06　样本：8 个提问 × 检索层，11 天 nginx 日志，80 个站点 URL

报告中的数据均来自我们自己的实测，方法与口径见第 2 页与附录 B。

一、四个结论

0/8	4 家	17/70	0
8 个采购问法，我们的名字一次都没进前 8 条来源	占住 5 个问法前 5 名的站点数量	AI 爬虫实际读进正文的内容页	过去 11 天 AI 引荐的会话数

结论一　推荐位不是内容质量竞争，是收录位竞争

8 个问法里，5 个的前 5 名被四家站点占住：产学研（jscxyp.cn，6 次）、enet（4 次）、未央网（4 次）、IT之家（3 次）。它们的共同特征是同标题、同结构、多篇近重复，典型发稿矩阵，不是靠单篇内容赢的。想进推荐位只有两条路：被这些站点收录，或者做出它们必须引用的数据源。

结论二　技术层已经不是瓶颈，抓取深度才是

全站 80 个 URL，h1 全部唯一，JSON-LD 全部可解析，58 页有 Article，68 页有 FAQ，llms.txt 123 行，76 条 Markdown 全文版。技术体检几乎满分。同一时间，AI 爬虫只把正文读进了 17 个内容页（全站约 70 个），.md 全文版被 AI 取走的次数是 1。继续堆技术标签，产出为零。

结论三　价格问是个空位，而且是最容易被引用的空位

问"外贸企业做 GEO 优化多少钱"，前 5 条来源全是媒体科普和厂商软文，没有一家给出可核验的完整报价表。AI 回答这类问题时需要一个数字锚点，谁先把报价和成本构成公开写清楚，谁就最可能被摘走。

结论四　品牌词能查到，品类词查不到，这是"有官网、无推荐位"

搜公司名能找到官网和最近那篇获奖文章；搜"推荐几家做外贸 GEO 的服务商"这样的品类问法，一次都找不到。这说明技术层让 AI 找得到你，但还没任何第三方证据链让 AI 敢推荐你。

二、我们怎么测的

这份报告的数据来自三部分，都是可复现的自有数据，不引用无法核验的行业数字。

数据	来源	样本	局限
8 个采购问法	检索层前 8 条来源，逐条记录前 5 名	8 问 × 5 来源 = 40 条记录	是代理指标，不等于对话框里的最终回答
爬虫与引荐	服务器 nginx 日志，按 UA 识别	2026-10-26 至 11-05，11 天	单站，不含 CDN 侧日志
站点体检	sitemap 全量抓取，逐页解析	80 个 URL	只反映抓取当时的状态

口径纪律

- 检索层和对话框层分开记。检索层是 AI 联网回答的主要信源，参考价值高，但不等于模型记忆层。
- 品牌词单独看，不计入这 8 问，否则会高估自己的可见度。
- 爬虫数据按 UA 过滤，静态资源请求单独剔除，只算页面正文请求。
- 引荐只看 referrer，不用 UA 字符串误匹配。

> **为什么选这 8 个问法**：它们对应采购决策的三类时刻——找服务商（推荐、靠不靠谱、怎么选）、算预算（多少钱、有没有效）、自己动手（独立站怎么做）。三类问法对应的内容形态完全不同，不能用一个模板打。

三、发现一：推荐位被四家站点占住

8 个问法逐条测下来，我们的名字一次都没有出现在前 8 条来源里。前 5 名的分布如下。

#	采购问法	前 3 来源	我们
1	**推荐几家做外贸GEO的服务商**	未央网 / enet / 产学研	未出现
2	**外贸GEO服务商怎么选**	未央网 / IT之家 / 未央网	未出现
3	**外贸企业做GEO优化多少钱**	新榜 / 中宏网 / 浙商科技	未出现
4	**GEO优化真的有效吗 外贸**	腾讯云 / 腾讯云 / 纷享销客	未出现
5	**有没有专门做外贸的AI获客公司**	网经社 / 36氪 / 36氪	未出现
6	**外贸独立站怎么做GEO优化**	阿里云开发者 / 跨境导航 / 腾讯新闻	未出现
7	**外贸GEO服务商哪家靠谱**	未央网 / enet / 产学研	未出现
8	**AI搜索优化服务商推荐 2026 出海**	产学研 / 中国发展网 / 产学研	未出现

这四家占了多少

站点	命中次数	形态	覆盖问法
产学研 jscxyp.cn	6	同标题近重复的"服务商推荐(2026)"系列	Q1 Q2 Q7 Q8
enet.com.cn	4	行业研究报告、白皮书	Q1 Q7 Q8
未央网 weiyangx.com	4	五维评估 + 梯队分层 + 选型清单	Q1 Q2 Q4 Q7
IT之家 it.ithome.com	3	选型清单、六项验收测试	Q1 Q2 Q7

计次口径：该域名在 8 个问法前 5 名中出现的总次数（同一问法内多次出现分别计）。

四、为什么是这四家：三个可复用的做法

做法一　标题公式化

年份 + 品类 + 模型 + 清单，四个元素凑齐。用户这么搜，AI 也这么匹配。未央网的《外贸B2B GEO服务商场景适配研究报告（2026）：五维评估、梯队分层与选型清单》，一个标题里塞进了五个可以被检索的短语。

做法二　结构可扫读

正文 1.2 万到 10 万字不等，但结构统一：H2 分块、评分表、淘汰线、结论。AI 摘取时偏好能独立成立的段落和表格，这正是评分表比散文更容易被引用的原因。

做法三　用数量占位

产学研在 8 个问法里出现 6 次，靠的不是一篇好文章，是同一主题下多篇近重复内容铺开。短期有效，长期会被去重和判低质，但它说明一件事：单篇内容再强，也很难同时覆盖多个问法。

> **不能照抄的地方**：自封榜单并把自己排第一，踩绝对化红线，一旦被识破品牌反噬；不披露的付费排名，短期拿位置，长期消耗信任。

我们的判断

这四家的优势是域名权重和收录位，不是内容洞察。正面拼域名权重没有胜算，但它们的文章都在讲"怎么选"，没有一家能提供可核验的报价、可下载的验收标准、可复现的监测数据。这三样恰恰是 AI 回答时最缺的锚点，也是我们唯一能拉开差距的地方。

所以路径不是"写一篇更好的榜单文"，而是做那个被榜单文引用的数据源。

五、发现二：价格问没有报价锚点

问"外贸企业做 GEO 优化多少钱"，前 5 条来源如下。

#	来源	内容形态	给没给完整报价
1	**新榜**	行情梯度、计价模式、选型建议	给区间，不给构成
2	**中宏网**	费用构成、周期、投入产出	给区间，不给明细
3	**浙商科技**	托管增长服务介绍	不给，引导咨询
4	**虎嗅**	GEO 与 SEO 区别、20 万门槛	给一个门槛数字
5	**mloun**	预算拆解	给区间，不给明细

为什么这是空位

AI 回答"多少钱"时必须给出一个数字。当所有来源都只给"几万到几十万"这种区间时，模型只能复述区间。谁能提供一张带档位、带包含项、带不含项、带计价逻辑的报价表，谁就更可能成为被引用的那一条。

这也是我们把自己的价格直接写在站上的原因。标准版 4,800 元/月、专业版 9,800 元/月、定制按范围报价，另附成本四块拆解和不包含项。报价透明会劝退一部分人，但留下的都是对得上预算的。

> **一个反直觉的结论**：在 AI 搜索里，价格越透明，被引用的概率越高。因为模型需要的是可核验的数字，而不是"欢迎咨询"。怕比价而藏价格，等于主动放弃这个问法。

六、发现三：技术层已经不是瓶颈

2026 年 11 月，我们对全站 80 个 URL 做了一次逐页体检，结果如下。

指标	结果	判断
h1 唯一性	80/80 页面唯一	达标
JSON-LD 可解析	全部页面无解析错误、无截断	达标
Article 结构化数据	58 页	达标
FAQ 结构化数据	68 页	达标
llms.txt	123 行，含资质、报价、案例三块事实	达标
Markdown 全文版	76 条，与 sitemap 同步	达标

但 AI 爬虫只读进了 17 个页面

爬虫（11 天）	请求数	读进正文的内容页
Googlebot	2286	50 个
Bingbot	1443	74 个
Baiduspider	117	—
OAI-SearchBot	83	合计 17 个（去重），每页 1 到 3 次； .md 全文版被取 1 次； AI 引荐会话 0
Bytespider	81	
GPTBot	63	
PerplexityBot	36	
ChatGPT-User	28	
ClaudeBot	14	

传统搜索爬虫把 50 到 74 个内容页读透了，AI 爬虫只有 17 个，差距不在入口权限，在采信路径。这解释了为什么技术体检满分、AI 里的名字却一次都没出现：爬虫知道有这个站，但没把它当答案来源。

七、发现四："有官网"和"被推荐"是两件事

把两次观察放在一起看，矛盾就出来了：品牌词能搜到官网，品类词一次都搜不到；技术层满分，AI 引荐为零。这不是技术问题，是证据链问题。

检索路径	AI 在做什么	需要的条件	我们现在的状态
品牌词	确认这个主体是否存在、是不是它自己说的	官网可访问、信息一致、有联系方式	通过
品类词	在多个独立来源之间交叉核对，选一个推荐	第三方提及、榜单收录、可核验的数据与案例	未通过

三个阶段，分清自己在哪一段

1. **被查到**：AI 能访问、能解析你的页面。技术层做到位就行。大多数企业的卡点其实已经过了这一段。
2. **被采信**：AI 从你的页面里摘出可核验的事实，并与其他来源对上。需要事实统一、数字带口径、段落可摘。
3. **被推荐**：AI 在回答"推荐谁"时点名你。需要第三方信源，且同组事实在站外出现三次以上。

我们自己的状态是：第一阶段做满了，第二阶段刚开始（爬虫读进 17 个页面），第三阶段还没发生（引荐 0）。这是 2026 年多数中国制造企业独立站的典型状态——不是做得太少，是做的顺序不对。

八、这份观察对做外贸的企业意味着什么

三条可以直接用的判断

1. **先查技术层，但别停在技术层。**技术层是门票，一次修好长期有效；把预算全压在 schema 和标签上，等于把门票当成了目的地。判断标准很简单：用 curl 取页面，正文在不在；文章地址加 .md，有没有全文。
2. **价格和标准比观点更容易被引用。**AI 需要数字锚点。报价表、验收清单、成本拆解，这三类内容的引用率高于任何一篇"行业趋势分析"。
3. **站外信源是唯一能把"被查到"变成"被推荐"的杠杆。**同组事实在三个以上独立平台出现，AI 才敢点名。这一层最慢，也最没法省。

我们自己在做什么

按这份观察的结论，我们把动作分成三层：站内只做维护（技术层冻结）、内容按问法组织（每个 money page 对准一个采购问法）、站外按平台体例分发同一套事实。季度复测同一组问题，看名字出现的次数变化，不看单次结果。

> **下一期计划**：2027 年 2 月出 v2，加入对话框层抽样（豆包、元宝、DeepSeek、ChatGPT 各 20 问）、竞品信源变化、以及外贸行业四个品类的独立观察。口径与本期保持一致，便于对比。

附录 A　8 个问法的前 3 条来源

问法	第 1 名	第 2 名	第 3 名
推荐几家做外贸GEO的服务商	未央网	enet	产学研
外贸GEO服务商怎么选	未央网	IT之家	未央网
外贸企业做GEO优化多少钱	新榜	中宏网	浙商科技
GEO优化真的有效吗 外贸	腾讯云开发者	腾讯云开发者	纷享销客
有没有专门做外贸的AI获客公司	网经社	36氪	36氪
外贸独立站怎么做GEO优化	阿里云开发者	跨境导航	腾讯新闻
外贸GEO服务商哪家靠谱	未央网	enet	产学研
AI搜索优化服务商推荐 2026 出海	产学研	中国发展网	产学研

附录 B　口径、局限与复现

时间与样本

问法测试：2026–11–06。日志：2026–10–26 至 2026–11–05，共 11 天。站点体检：2026–11–06，80 个 sitemap URL 逐页抓取。上一次同类基线在 2026–10–27，8 问中 2 中，均为品牌词与价格词；两次问题集不完全相同，仅作趋势参考，不做严格对比。

局限

- 检索层结果受搜索引擎排序波动影响，同一天不同时刻可能有差异，所以只看趋势。
- 单站日志不含 CDN 与第三方统计口径，AI 引荐数可能被低估，但不会从 0 变成显著值。
- 爬虫 UA 可被伪造，我们按 UA + 路径 + 行为做了粗略过滤，仍可能有噪声。

复现方法

固定 8 个问法，在检索层记录前 8 条来源的域名与标题；服务器侧按 UA 统计访问与内容页命中；站点侧抓 sitemap 全量页面，检查 h1、结构化数据、Markdown 全文版与内链。三项都做完，就能得到与本期同口径的数据。

版本记录

v1　2026–11–06　首发：8 问基线、日志三读数、站点全量体检。