丁香通 · 三库合一 · 指标口径

GEO 术语表 名词解释标准口径

同一份材料里一个词只能有一个口径；指标必须写清分母。本表列出的公式，报告里出现的数字都要能对上。

v1 · 2026-11-25 | 21 个术语 | 含计算公式 | 6 条常见误用

21	2	1.5%	0.6%
术语条目	提及率口径	丁香系引用占比	旧口径示例
四类：基础 / 指标 / 诊断 / 服务	问法级 29.2% · 回答级 15.3%	7/454 条引用	2/339，两平台时期

版本：v1｜生效：2026-11-25｜维护：谷悦｜用途：报告、提案、口播统一用词配套： 三库全诊报告的 GEO 章、丁香通 GEO 套餐（解决方案库）

> 使用原则：同一份材料里一个词只能有一个口径；指标必须写清「分母是什么」。本表列出的公式，报告里出现的数字都要能对上。

01 一、基础概念

术语	英文 / 缩写	定义	口径与注意
GEO	Generative Engine Optimization，生成式引擎优化	让品牌与产品信息更容易被 AI 助手在回答中提及、引用的一套做法	与 SEO 的区别：SEO 争排名页，GEO 争「答案里有没有你、引不引你的页面」
AI 可见性	AI Visibility	用户向 AI 提问时，品牌被提及与被引用的程度	是结果指标，不是过程指标；不能用发稿量代替
AI 平台	AI Platform	本次采集使用的对话式 AI，如 DeepSeek、Kimi、智谱 GLM	平台结论不可混算，必须分平台看，再合并
问法	Prompt	用户真实会问的一句话，如「96 孔板连续加样用什么移液器」	问法库一旦锁定，复测不得增删，否则环比失效

02 二、核心指标

术语	公式	说明	
品牌提及率（问法级）	至少一条回答提到品牌的问法数 ÷ 有效问法数	报告主指标。例：7/24 = 29.2%	
品牌提及率（回答级 / 平台级）	提到品牌的回答条数 ÷ 有效回答条数	同一问法多平台跑，回答数大于问法数。例：8/48 = 16.7%	
分平台提及率	该平台提到品牌的问法数 ÷ 该平台有效问法数	例：DeepSeek 25.0%、智谱 8.3%。平台差异常大于品牌差异	
缺失问法	采集到回答、但回答里没有提到品牌的问法	例：24 条里 17 条缺失。缺失问法直接转成内容任务	
提及顺位	品牌在回答推荐清单中出现的次序（第 1 个为最优）	只对「列表式回答」有效；叙述式回答记为「无顺位」	
首次出现位置	品牌名第一次出现在回答文本中的位置（开头 / 中段 / 结尾）	用于判断是「主推」还是「顺带提一句」	
引用	Citation	AI 回答中标注的来源链接	引用不等于提及：可以引你的页面却不说你的名字，也可能提你但不给链接
引用条数	回答中引用链接的总条数	一条回答可含多条引用。例：48 条回答共 339 条引用	
引用域名	引用链接的域名	统计按域名归并，子域合并计算（如 m.chem17.com 与 chem17.com 记为 chem17）	
引用覆盖率	出现该域名的回答条数 ÷ 有效回答条数	注意与「引用条数占比」区分，两者分母不同	
丁香系	DXY properties	丁香通、丁香园、生物学霸等丁香体系站点与内容	报告里单独统计占比，因为这是唯一能由我方主动改变的引用来源
丁香系引用占比	丁香系引用条数 ÷ 总引用条数	例：2/339 = 0.6%。这是 GEO 最该盯的结构指标	

术语	公式	说明
问法覆盖率	有专属承接页面的问法数 ÷ 问法库总数	衡量「内容有没有做全」，例：0/30

03 三、诊断概念

术语	定义	口径与注意
可见性准备度	五维加权百分制：实体可识别性 20%、内容可引用性 25%、事实一致性 20%、信源权威性 20%、平台覆盖 15%	评估口径，反映「被正确引用的准备程度」，**不等于实际提及率**。准备度低但提及率可能因品牌知名度而偏高
实体可识别性	品牌名、产品名能否被唯一识别、跨平台一致	名称歧义、符号命名（如 @Pette）、多套命名都会扣分
内容可引用性	是否有可被抽取的事实：问答页、参数表、对比表、验证报告	新闻稿、活动稿不计入
事实一致性	价格、精度、量程、货期在各渠道是否同一口径	一处不一致，AI 会写成「参数存疑」
信源权威性	第三方检测、合规说明、客户案例、奖项、授权	有奖项不等于有精度证据，两者分开算
平台覆盖	高权重垂类平台是否有阵地与更新	看「有没有页」和「有没有更新」，不看粉丝数
可引用资产（四件套）	实体卡、问答库、对比表、验证报告	缺一件，AI 只能引用别人的说法
基线（Baseline）	优化前用同一问法库、同一平台、同一口径做的一次采集	基线一旦确定不重跑，除非平台或问法库变更并注明

04 四、服务与权益

术语	定义	注意
丁香通 GEO 套餐	丁香通 CiteLab AI 赋能套餐，按年提供产品结构化、内容生产与分发、AI 收录推送等服务	档位与报价以商务口径为准；报告只提套餐名与价值，不列明细
AI 收录推送	套餐权益：基于常用问题与内容，优先推荐给 AI 工具	是权益等级（星级），**不是提及率或排位的承诺**
产品优化	按用户关心方向改造产品信息结构，使其更易被理解和咨询	计量单位（条＝SKU 或字段）需商务确认后写进合同

术语	定义	注意
类目运营	定期把企业技术资料、内容、产品同步到 CiteLab 内容源	目前三档一致，每周四同步
复测	优化后用同一问法库、同一平台、同一口径再采集一次	报告里所有「90 天目标」都以复测数据判定，不用过程量代替

05 五、常见误用（写稿时自查）

1. 把「准备度」当「提及率」用——一个是评估，一个是实测，必须分开写。
2. 问法级与回答级混用——29.2% 与 16.7% 是同一份数据的两个分母，不能互相替代。
3. 把「品牌被提及」写成「产品被推荐」——提及顺位与首次出现位置才能说明推荐强度。
4. 用「引用条数占比」和「引用覆盖率」互相印证——分母不同，不能对齐比较。
5. 把套餐权益星级写成效果承诺——AI 收录推送是权益，不是提及率保证。
6. 口径变更不标注——换平台、换问法、换时间窗，必须写清，否则环比无意义。