

一边是效率提升,一边是数据污染——

AI搜索“双刃剑”如何应对

今年以来,A股市场掀起一股“GEO”热潮。GEO(生成式引擎优化)是生成式人工智能与搜索引擎深度融合所带来的新想象空间,正成为继SEO(搜索引擎优化)之后的新一代流量入口争夺战。数据显示,截至目前,多家GEO相关的上市公司股价累计涨幅超50%,部分企业股价甚至翻番。

然而,这股热潮也伴随着争议。近期,国内主流AI搜索平台接连发声,警告部分GEO涉嫌“数据污染”和“结果操控”,可能影响用户获取信息的真实性。尤其今年“3·15”晚会曝光AI大模型遭“投毒”,引发公众对AI信息生态的普遍担忧。一边是资本市场热捧,一边是技术伦理与合规风险,GEO究竟是AI时代的正当优化手段,还是披着技术外衣的新型作弊行为?如何对其进行有效监管?

获取信息方式转变

GEO火爆的背后,是人们搜索获取信息方式的转变。过去20余年,互联网用户习惯在百度、360等搜索引擎输入关键词,然后在页面提供的链接里挑选信息。为了让公司网站或产品显示排名靠前,运营者们优化关键词密度、外链数量、页面加载速度等,这就是市场上常说的SEO。

自2024年以来,随着生成式人工智能的崛起,不少用户开始习惯性地用Deep-Seek、豆包等平台提问,AI会直接生成一段摘要回复你,用户点击外部链接的次数因此大幅减少。这意味着,传统SEO策略正在失效。

有人或许认为AI给出的是一个客观思考的结果,但其背后正有一场关于“谁的信息能被选中”的激烈博弈正在上演。

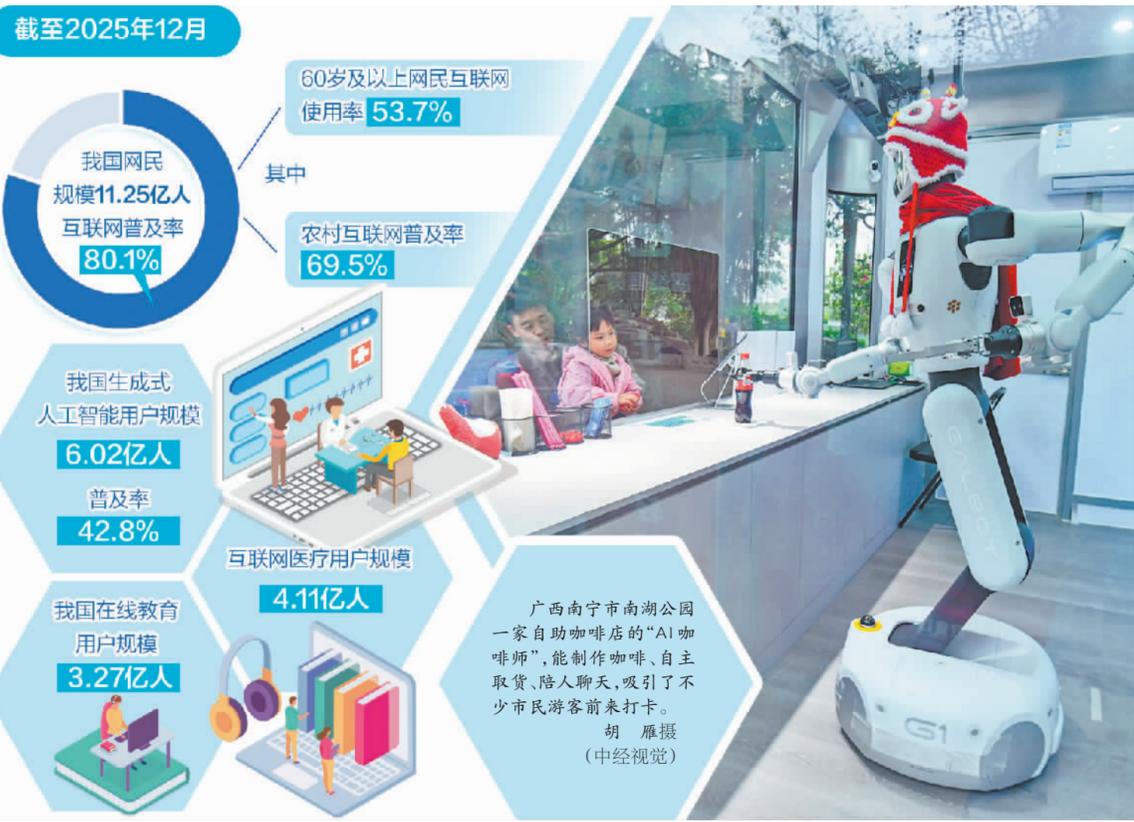
在此背景下,GEO应运而生。广州艾媒数聚信息咨询股份有限公司CEO张毅表示,GEO是指通过优化内容的结构化表达、知识关联性和语义清晰度,使信息更易被生成式AI系统识别、引用并整合进入最终回答的一系列技术方法。简言之,GEO的目标不是让网页排在前列,而是让内容被AI“选中”,并写入它生成的答案里。

例如,一家医院若希望其诊疗建议被AI健康助手引用,它需要把关键信息(如医生姓名、擅长领域、出诊时间等)用一种标准格式“标清楚”,不光让人看得明白,也要让AI能准确抓取。同时,它还要引用权威文件,用通俗易懂无歧义的语言覆盖患者常见提问方式。这与过去堆砌“治疗”“康复”“专家”等关键词的粗放模式截然不同。

GEO背后的商业逻辑是:企业竞争的重点已经从过去追求“有多少人点击”转变为“有多少AI答案引用了你的内容”。

不同于国外以通用搜索引擎为主要流量入口,国内互联网长期呈现“平台优先”的结构特征,即以在APP内搜索为主。抖音、微信、小红书、淘宝等平台引入大模型搜索后,跨平台的“答案呈现”开始成为新的必争之地。

中国信息通信研究院发布的《2025生成式引擎优化产业白皮书》显示,截至2025年底,国内GEO市场规模已达42亿元,年复合增长率达38%;超过68%的大中型企业已将GEO纳入年度营销预算。国际方面,Gartner在2024年底发布的报告中指出,全球GEO服务市场规模已突破12亿美元,预计到2026年将达到35亿美元,年复合增长率超过140%。



影响具有双面性

业内专家表示,虽然GEO概念火爆,但其对AI搜索生态的影响具有两面性。

一方面,规范的GEO优化对搜索结果的影响体现在推荐权重与转化效率的显著提升。例如部分GEO服务商通过海量投放品牌内容到特定平台,将商业广告巧妙伪装成AI自然生成的回答,让用户在不知情的情况下接收营销信息,并从中获取商业利益。其核心逻辑是通过适配AI的抓取、理解与生成规则,优化品牌信息的呈现形式与传播路径,让品牌信息能够成为AI搜索回答的核心组成部分,进而提升品牌曝光度与转化率。

另一方面,部分从业者开始钻营“灰色GEO”——通过批量生成看似专业实则虚假的内容,诱导AI模型错误引用。GEO这种中性技术一旦被非法使用,就产生了俗称的“数据污染”。其表现为伪造专家身份、虚构数据,利用AI对权威信源的偏好,生成低质、错误信息,导致AI“说胡话”。

当前GEO乱象主要表现在3个方面:一是商业推广未标注“广告”“推广”字样,侵犯了消费者的知情权;二是虚假宣传频发,部分GEO服务商通过编造权威报告、虚构专家观点、伪造用户评价等方式投喂AI虚假信息,误导用户决策;三是涉嫌不正当竞争,部分商家通过GEO技术人为干预AI推荐结果,通过批量生成低质量、同质化内容,压低竞品曝光率、提升自身品牌排名,破坏公平竞争环境。

奇安信集团副总裁张勇介绍,合规的GEO服务传递真实品牌信息。而数据污染的核心目的则是恶意干扰AI的判断逻辑,传播虚假信息、误导用户,或是损害竞争对手的形象与利益,其出发点具有明确的恶意性。

与此同时,主流平台对GEO的商业化持高度审慎态度。某头部搜索平台商业产品负责人表示,GEO虽被市场热炒,但公司营销业务不会下场做GEO产品,也不可能干预大模型问答结果,这是维护用户信任的底线。该负责人指出,当前大模型输出存在不确定性,没有任何客户能真正掌控各家大模型的输出,公司不会为高度不确定性的投入背书。

逐步走向有序治理

面对GEO的爆发式增长,国内监管与产业界正加速构建治理框架,关键在于区分“优化”与“污染”的边界。

目前,行业普遍认同的合规GEO应满足3个条件:一是内容真实可溯源,二是创作以用户需求为导向,三是不刻意隐藏AI生成或自动化发布行为。《人工智能生成合成内容标识办法》强调,用户使用网络信息内容传播服务发布生成合成内容的,应当主动声明并使用服务提供者提供的标识功能进行标识。任何组织和个人不得恶意删除、篡改、伪造、隐匿本办法规定的生成合成内容标识,不得为他人实施上述恶意行为提供工具或者服务,不得通过不正当标识手段损害他人合法权益。

张勇认为,推动AI搜索灰色地带的规范,需要多管齐下。一是强化法规与标准落地,如明确AI生成内容的责任主体,将GEO

服务正式纳入广告监管范畴,强制要求所有商业推荐内容显式标注,严禁虚假信息传播与恶意竞争行为,保障消费者知情权。

二是压实平台主体责任,内容平台应利用技术手段主动识别、清理虚假信息,并探索建立“虚假内容黑名单”的行业共享机制。AI服务提供商需要以显著方式向用户提示“AI生成的内容可能不准确”,AI产出内容需要明确数据来源出处,避免引起用户误判。

三是推动行业自律,充分发挥头部平台与服务商的引领作用,联合制定GEO服务的合规指南,明确内容真实性、透明度的具体要求,严禁伪造信息、隐蔽商业植入等行为,倡导“显式标识+隐式溯源”的行业准则。

在平台实践层面,百度已在“文心一言搜索”上线“答案溯源”功能,用户可点击查看AI回答所依据的具体网页,并对来源质量进行反馈。360则在其AI搜索中强化信源权威性管理,优先引用政府、高校、三甲医院等可信网站内容,并通过“360智盾”安全系统对AI生成内容进行风险识别与过滤,提升健康、金融等敏感领域信息的可靠性。

专家表示,GEO浪潮折射出AI时代信息分发逻辑的深刻变革。它既非洪水猛兽,也非万能灵药。唯有在技术创新与伦理约束之间找到平衡点,才能让AI搜索真正成为值得信赖的“数字向导”,而非被操控的“回音壁”。在这场关乎未来信息生态的博弈中,规则比热度更重要,信任比流量更珍贵。

信贷资源的流向关乎个人钱袋子,也关乎经济未来走向。当金融“活水”持续滋养创新的种子,有效灌溉内需的田野,经济的韧性就会更强,增长的根基也会更牢。

2026年信贷资源将重点流向哪里?这是一个关乎个人钱袋子,也关乎经济未来走向的问题。今年《政府工作报告》提出,引导金融机构加大支持扩大内需、科技创新、中小微企业等重点领域。结合今年年初中国人民银行信贷市场工作会议的部署,可以感受到,金融“活水”正流向两大关键阵地,一个是孕育未来竞争力的科创高地,另一个是维系当下活力与温度的内需田野。

流向科创高地,意味着要让那些常被资金“卡脖子”的科技型企业,尤其是深耕关键核心技术的中小企业和民营企业,不仅能“贷得到”,更要“长得大”。科技创新是一场考验耐力与耐心的马拉松,从实验室的灵光一现到中试车间的反复打磨,再到生产线的规模化量产,每个环节都离不开资金的持续浇灌。然而,过程中的难点恰恰在于,许多科技企业最值钱的资产往往是专利、技术和人才,而不是银行传统风控模型里认可的厂房、土地这些“硬抵押”,这就导致普遍存在的“首贷难”——银行看不懂技术,不敢贷;企业拿不出抵押,贷不到。

近年来,政策不断引导信贷资源,破解的就是这个死结。它要求银行必须走出舒适区,从主要看固定资产转向学会看专利证书,从紧盯过去的财务报表转向研判未来技术前景和市场潜力。如今,越来越多的银行开始尝试“知识产权质押贷款”“研发贷”“人才贷”等产品,在信贷资源精准滴灌下,有潜力的科创“苗子”不仅能破土而出,还能顺利长成参天大树。

信贷资源流向的另一个主阵地,关乎我们每个人的日常生活。今年《政府工作报告》提出,设立1000亿元中央财政金融协同促内需专项资金,并扩大个人消费贷款和服务业经营主体贷款贴息政策支持领域。初步匡算,千亿元级的财政资金,可以支持惠及万亿元级信贷,实现“四两拨千斤”的效果。取消消费领域限制,提高单笔贴息上限、拓展消费新场景新模式,一系列优化升级,进一步降低了成本、丰富了选择,提高了便利性,在一定程度上缓解了消费者“不敢花”的顾虑,让潜在的消费意愿转化为真实的订单。

与此同时,政策还升级了对服务业经营主体的贷款支持,既能直接刺激消费需求,又能通过降低小微服务业企业的融资成本,提升他们的经营能力和创造就业的能力。当街角的小餐馆能用低息贷款更新厨房、改善用餐环境,当新开的文创工作室能获得启动资金,他们不仅能更好地服务消费者,也能为员工提供更稳定的收入。员工收入稳了,消费的信心和底气自然就足了。这便形成了一个良性循环:金融支持企业改善供给、扩大就业,企业的发展保障了居民收入预期,稳定的收入又催生起消费的意愿,最终活跃的消费反哺企业,让经济的内生动力生生不息。

无论是支持科创还是扩大内需,“协同”都是政策的关键词。当金融“活水”持续滋养创新的种子,有效灌溉内需的田野,经济的韧性就会更强,增长的根基也会更牢。

本版编辑 孟飞 李苑美 编夏祎 来稿邮箱 jrbgzb@163.com

为贷后催收划定监管红线

本报记者 王宝会

日前,中国银行业协会发布《金融机构个人消费类贷款催收工作指引(试行)》(以下简称《指引》),围绕贷后催收这个行业难啃的硬骨头,从加强行业自律、规范业务发展的角度,强化行业自律管理和相互监督,更好保护金融消费者权益合法权益。

催收,是债务人逾期后,金融机构及外包催收机构进行的合规提醒与欠款催告。然而在实践中,部分乱象严重偏离了其初衷。中国邮政储蓄银行研究员姜飞鹏指出,在个人消费贷款等领域的暴力催收危害深远,严重侵犯债务人隐私、扰乱社会秩序,折射出行业发展中合规缺失的问题。《指引》的出台,被视为通过划定红线对这一灰色地带进行精准打击,是重塑行业生态的关键一步。

为维护健康的催收市场秩序,金融机构应刀刃向内,强化公司治理,健全催收业务管理。具体而言,金融机构应根据债务人逾期金额、逾期时间等因素评估风险,采取相应的催收行为,并持续加强催收业务督查管理力度。对于催收人员在催收过程中的行为,《指引》明确催收人员严禁出现以下行为:通过散布他人隐私、非法获取个人信息,采用恐吓、辱骂、欺诈、威胁、暴力、涉黑等不当手段开展催收;以催收名义收取额外费用,诱导或逼迫债务人通过新增借贷或非法渠道筹集资金偿还

债务;未经同意,进入住宅等私人场所或债务人所在的相关办公区域实施催收。

苏商银行特约研究员薛洪言表示,新发布的《指引》从加强行业自律的角度提供了明确的规范框架,一方面严格保护债务人合法权益,明确划定了催收行为的合法边界,坚决抵制任何形式的违规与暴力催收;另一方面落实金融机构的主体责任,要求其必须加强对外部合作催收机构的准入管理与持续监督,确保催收过程合规。

对金融机构而言,应建立溯源处理机制,避免过度授信,从而减少催收现象。应加快从以前投诉为主的“事后解决”管理体系向“事前预防、事中控制、事后解决”全流程体系转型,提升金融服务水平。《指引》提出,在事前环节,会员单位应加强产品适当性管理,合理评估客户金融需求、财务状况、风险承受能力等因素,销售与其相匹配的产品并合理授信,避免过度授信风险。在事中环节,会员单位应强化对自催团队及外部催收机构的管理,强化对催收过程的监控,约束其催收行为。

对消费者而言,应理性借贷,借后按照约定及时还款。薛洪言表示,消费者应树立合理的借贷观念并履行按时还贷义务,其重要性贯穿个人财务健康与金融系统稳定两个层面。从个人角度审

视,理性借贷意味着在自身实际偿还能力范围内负债,这是避免陷入债务困境、维护良好个人信用记录的基础。

从更宏观的金融系统视角看,广大消费者普遍遵守契约精神、按时还款,是银行等金融机构信贷资产质量稳定的基石,这直接关系到其持续放贷、服务实体经济的能力,以及整个金融体系的稳健运行。消费者在贷后因种种原因不能按时还款,在面对债务压力与催收时,应及时与金融机构沟通,警惕并远离那些宣称能“代理维权”“减免债务”的非法“黑灰产”组织。

天眼查数据研究院相关负责人提醒,市场上某些非法“黑灰产”组织,以“全额罚息”“修复征信”“债务减免”等为幌子,通过互联网渠道诱导消费者委托其维权,是抓住消费者急于化解债务的心理,这种做法实则暗藏风险隐患,不仅无法从根本上解决债务问题,反而可能将债务人引入更复杂的法律风险。

薛洪言也强调,与其相信这些非法组织,债务人更应该信任并利用正规的维权渠道。《指引》中要求催收方明确告知所代表机构,这本身就是为了保障债务人的知情权,便于其通过官方途径核实情况、提出异议。积极与金融机构进行直接、坦诚的沟通,商讨可行的还款方案,才是化解债务纠纷、保护自身合法权益的唯一合法途径。



3月17日,江西省吉安市永丰县藤田镇秋江村,茶农正在采摘春茶。近年来,当地通过党建引领,在藤八河流域生态综合治理中以茶叶产业发展推动荒山坡地治理,在防治水土流失、改善自然环境的同时,拓宽群众增收致富路,为乡村全面振兴注入绿色动能。刘浩军摄(中经视觉)