Sinocare三诺

三诺生物
搜索整合服务解决方案

2026年1月

智火®



01 AI搜索市场行业趋势分析

02 三诺生物品牌搜索现状诊断

03 三诺生物内容营销核心策略及方案

04 三诺生物官网改造升级路径

05 三诺生物舆情管理方案

06 关于智火

Sinocare三诺

AI搜索市场
行业趋势分析

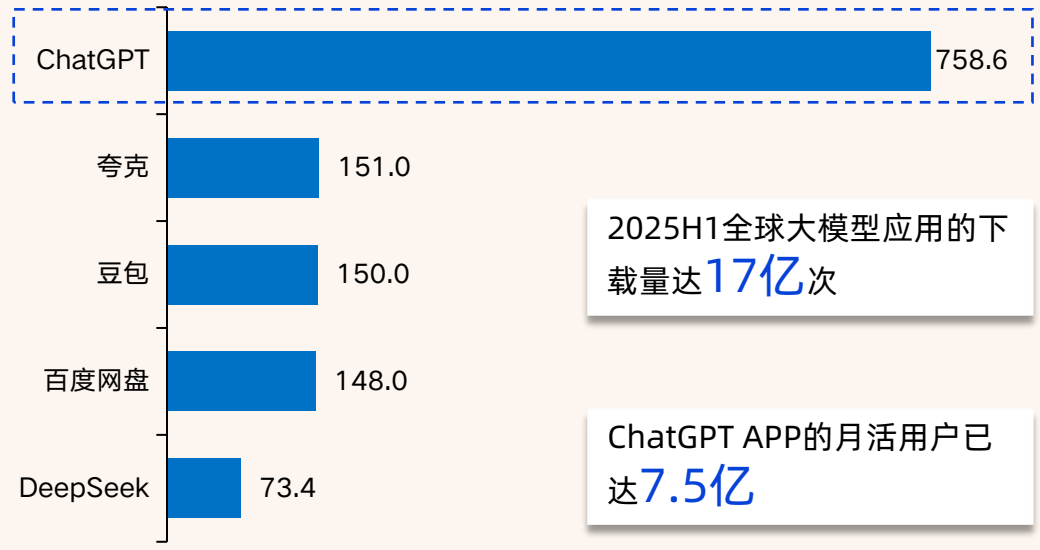


AI普及新趋势

AI应用已经进入大规模普及阶段，用户获取信息的入口正在被AI重塑

全球大模型移动端APP MAU，2025.09

单位：百万个

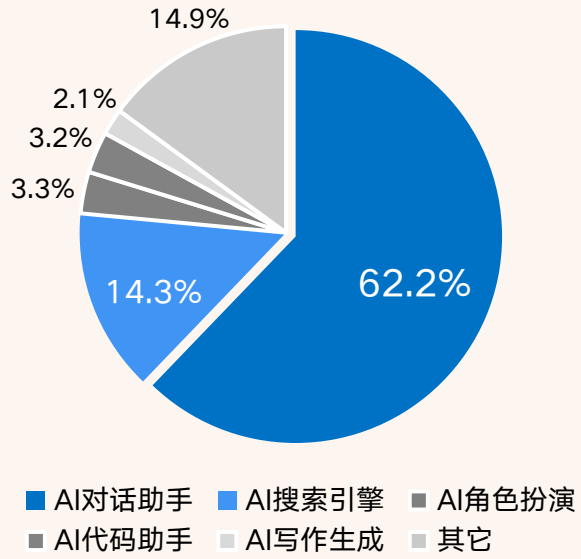


2025H1全球大模型应用的下载量达17亿次

ChatGPT APP的月活用户已达7.5亿

全球大模型网站流量分布， 2025.09

单位：百分比



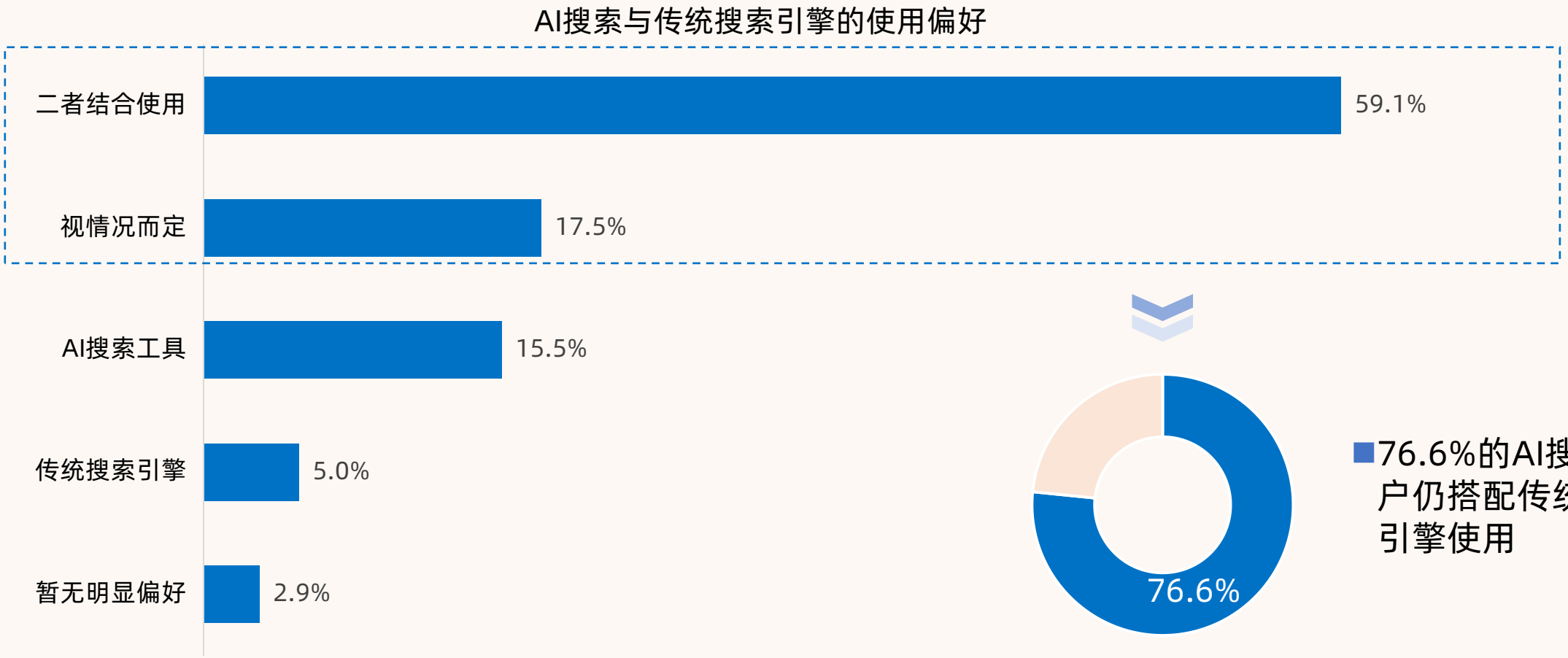
包含搜索功能的全球To C网页端大模型应用流量市场份额占比近80%

数据来源：头豹研究院

AI搜索与传统搜索引擎的使用偏好

Sinocare三诺

单位：百分比



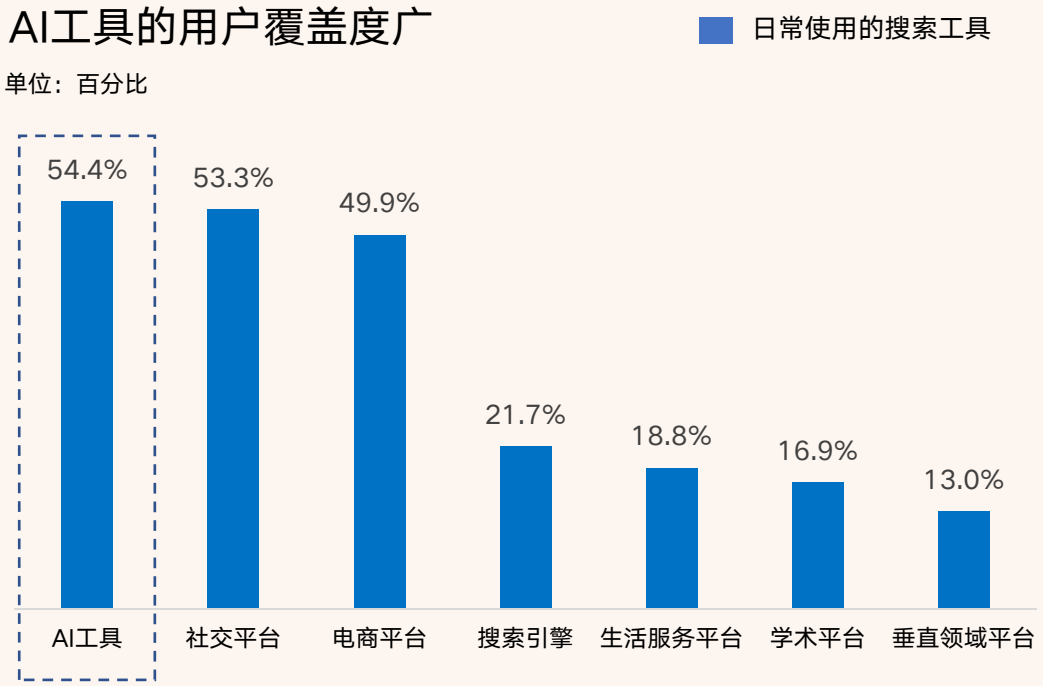
数据来源：头豹研究院

用户使用习惯跃迁

AI工具因具备通用性高、粘性强的特质，正成为新时代信息流量的超级入口

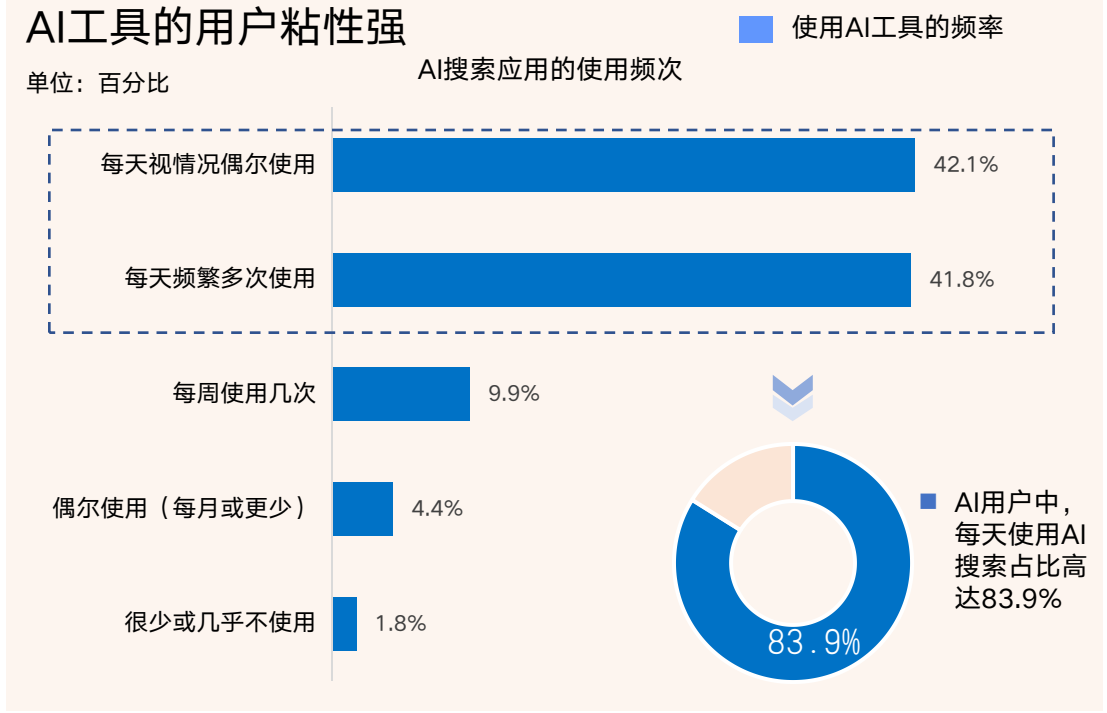
AI工具的用户覆盖度广

单位：百分比



AI工具的用户粘性强

单位：百分比



数据来源：头豹研究院

不同平台的用户使用行为调研

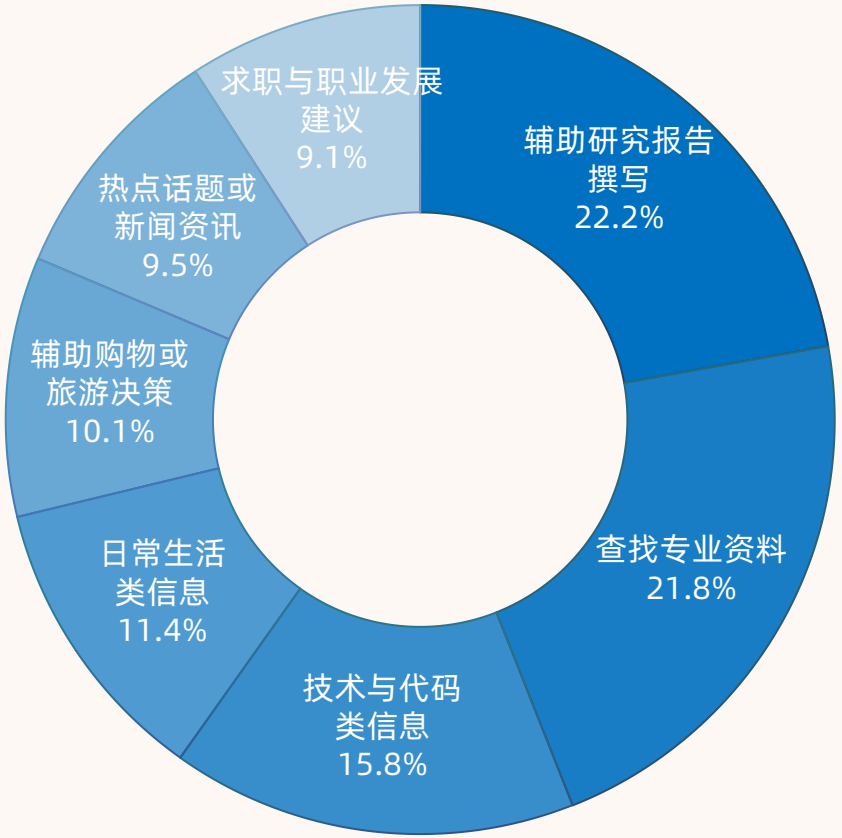
Sinocare三诺

对比维度	搜索引擎	社交平台	AI工具
平台优点	内容多样，干扰信息少，内容真实	内容多样，互动性好，内容真实	内容详细深入，总结功能好，信息全面
内容形式	文字为主	视频及图文为主	文字为主
主要使用场景	搜索工作学习信息、核实疑问	辅助日常生活、搜索娱乐内容	AI辅助决策、搜索工作学习信息
用户使用驱动	追求信息源丰富，结果全面	追求互动及多样化内容	节省筛选/总结信息时间
适合搜索内容	需多信息源的内容	需他人反应或视觉内容	信息繁琐需总结的内容
使用热度	★★☆	★★★★☆	★★★★★
发展潜力	★★★	★★★★☆	★★★★★

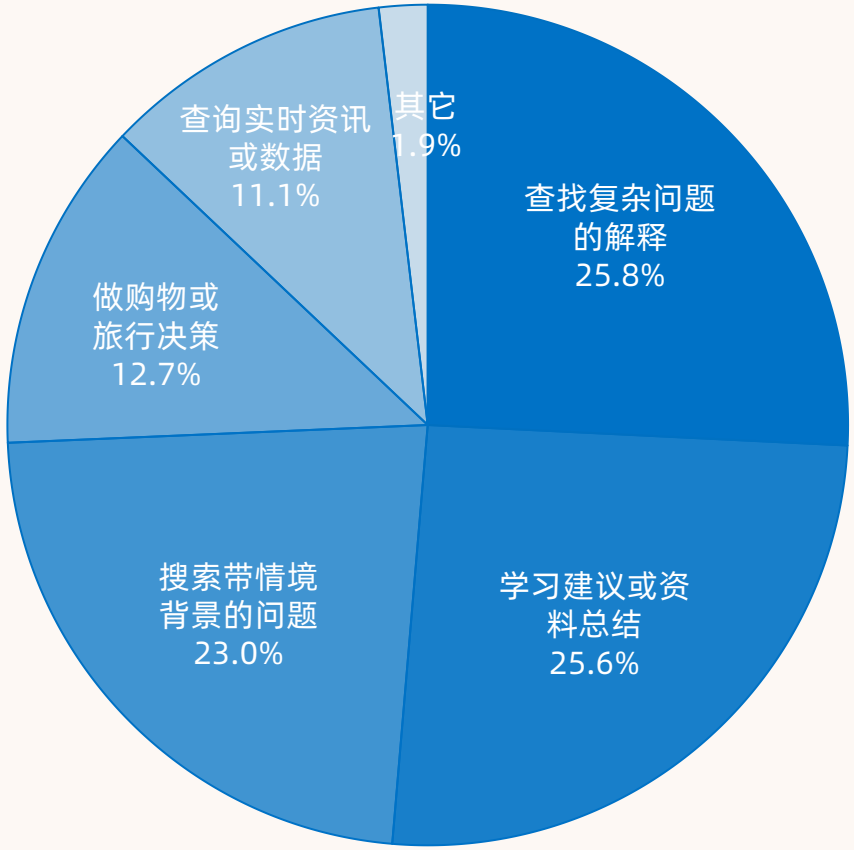
用户使用AI搜索的核心目的

Sinocare三诺

AI搜索的核心使用场景



倾向于使用AI搜索而非搜索引擎的场景



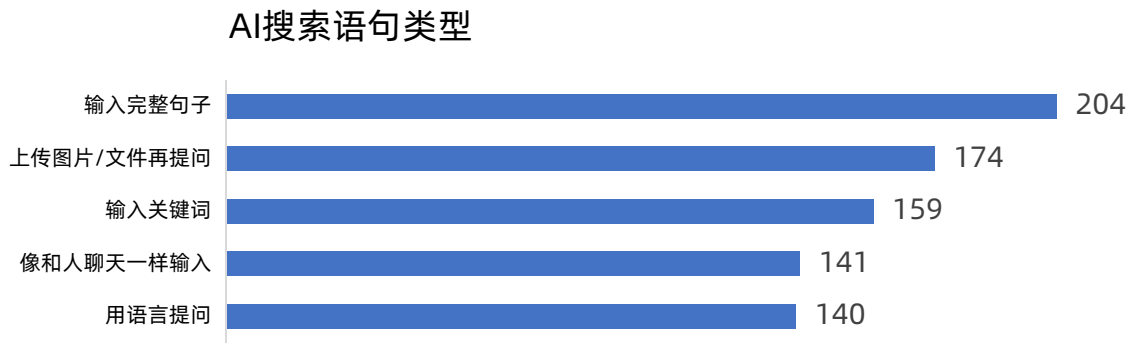
数据来源：头豹研究院

AI搜索产品提问形式

AI搜索用户倾向于通过**结构清晰、表意完整的语句**进行提问，并会主动在问题中融入具体的细节、特定需求及应用场景。AI搜索的提问需求也因此呈现出日益**垂直化和长尾化**的特征

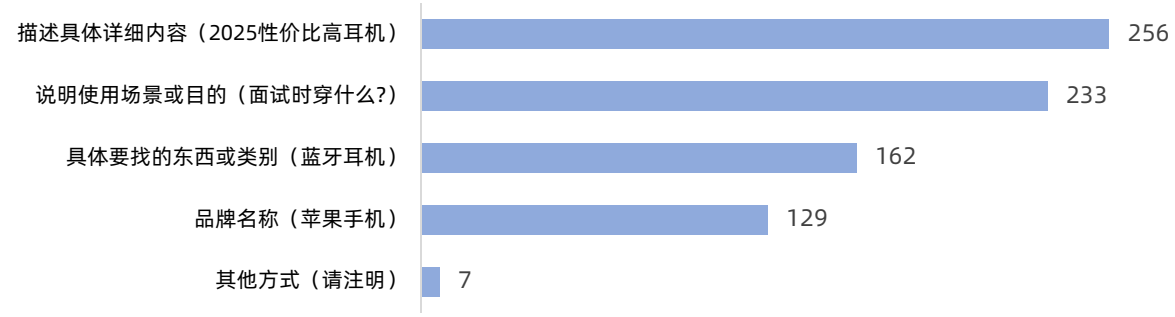
AI搜索提问习惯用何方式

单位：人次



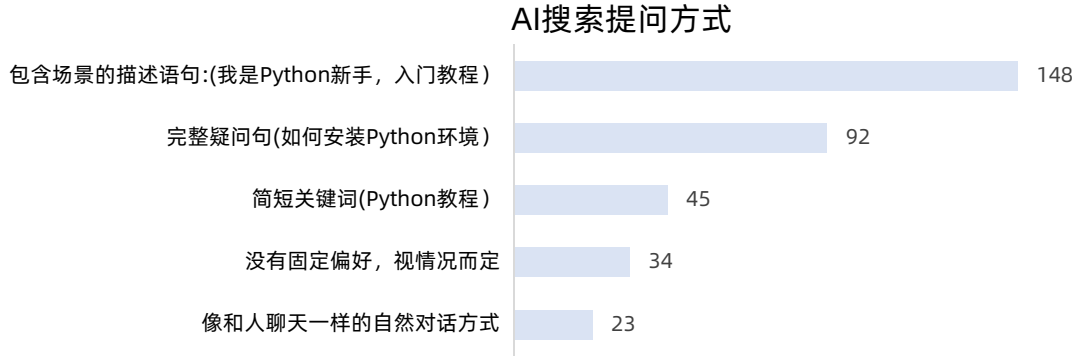
AI搜索提问包含哪些信息

单位：人次



AI搜索提问个人句式偏好

单位：人次



AI搜索框架生态图

Sinocare三诺

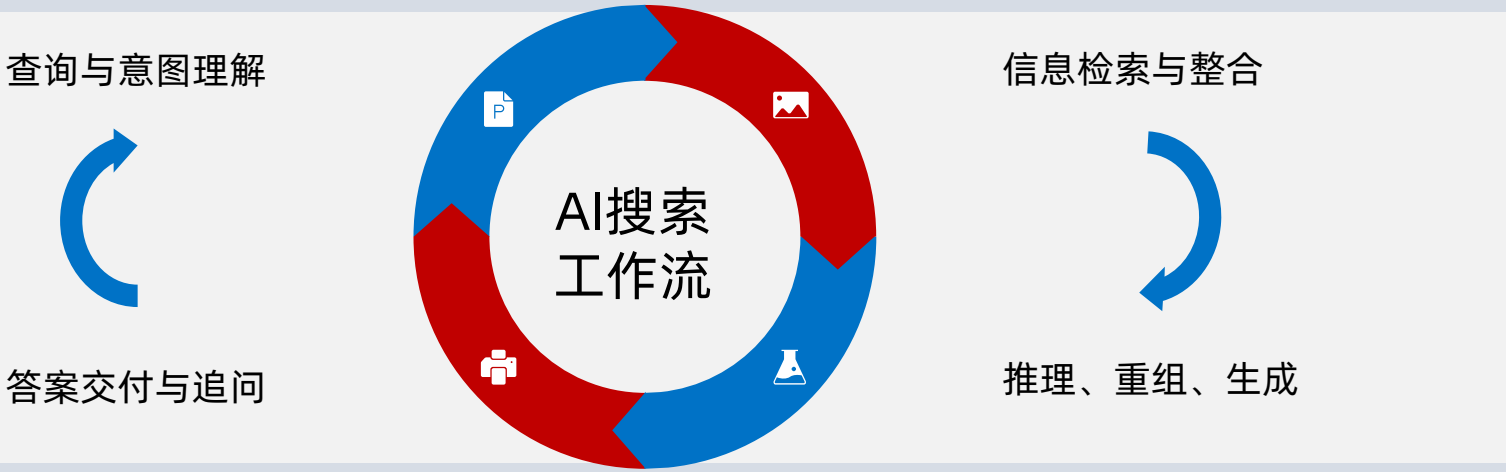
场景与生态层

消费层
- 消费决策
- 旅行规划

企业层
- 代码生成
- 商业分析
- 知识库检索

交互层

- 对话式界面(UI)
- 多模态输入/输出
- 个性化与上下文感知



产品层

- 原生AI搜索应用
- 传统搜索引擎AI化

模型引擎层

- 数据
- 基础模型
- 核心算法

基础设施层

- 算力芯片
- 云服务平台
- 制冷配电

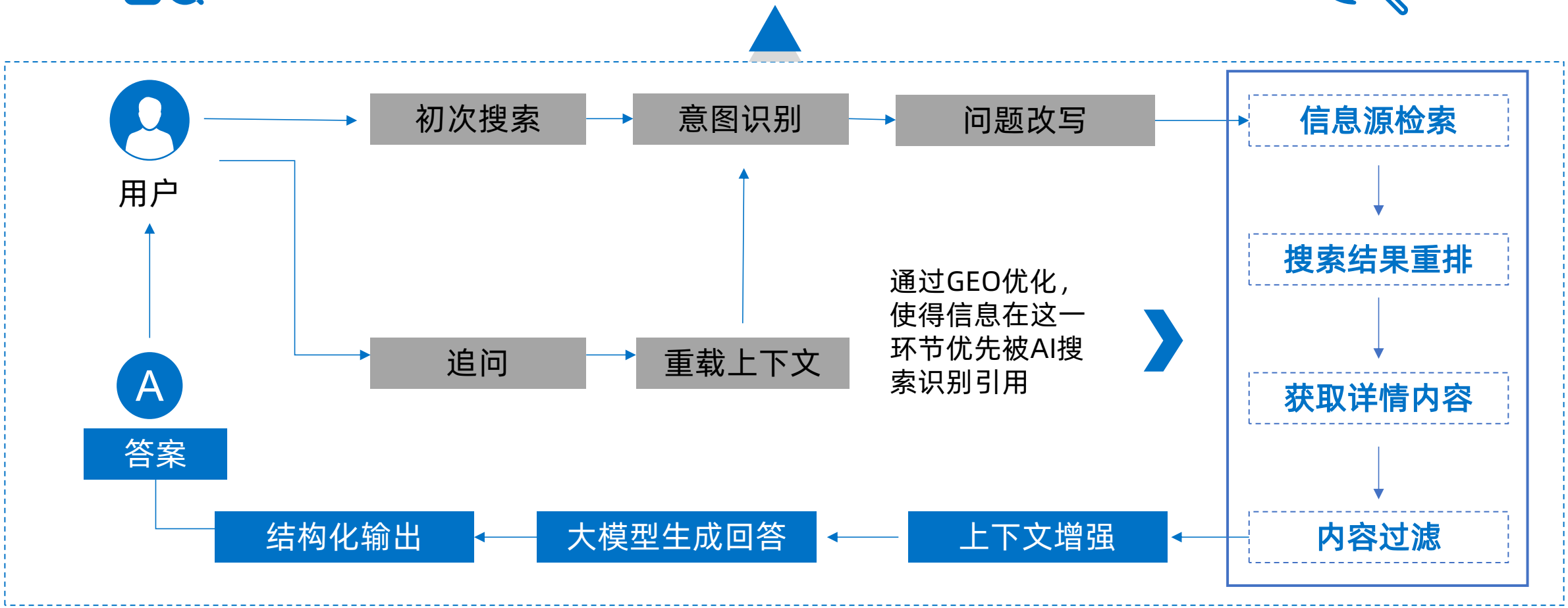
AI搜索时代下GEO的定义

Sinocare三诺

内容

AI搜索应用

通过专业的内容优化，可以显著提升信息在AI搜索结果中的采纳率，使其成为优先引用的答案来源。



AI搜索主流平台功能对比

Sinocare三诺

AI搜索主流平台	平台功能特点	25年8月份MAU	溯源引用偏好
夸克	集成式平台，汇集搜索、AI写作、PPT、生图、网盘、知识库一站式集合型软件。	1.54亿	知乎、全网信息
百度网盘搜索	集成式平台，汇集搜索、文字生成、生图、网盘、知识库等一站式集合型软件。	1.53亿	个人网盘文件、百家号、知乎、网易等
豆包	个性化AI对话助手，结合字节生态流量优势，支持多场景问答与内容生成。	1.4亿	今日头条、抖音
DeepSeek	个性化的AI对话助手，功能单一简洁，专注问题解决和对话。	0.7亿	今日头条、搜狐、网易等
腾讯元宝	个性化AI对话助手，深度绑定链接微信内容生态、如微信号等。	0.56亿	腾讯生态内容（公众号等）、权威媒体
Kimi	个性化的对话助手，功能较为纯粹，专为交互而生。	0.23亿	知乎、搜狐、雪球、各类媒体网站
纳米AI搜索	垂直型AI搜索软件，搭配PPT、思维导图生成软件，专注网页侧的功能建设。	0.12亿	主流新闻网站、专业行业网站等
文小言	百度旗下的APP集成式平台，汇集搜索、文字生成等一站式集合型软件。	0.11亿	个人网盘文件、百家号、知乎、网易等
智谱清言	集成式对话助手，集成画图、阅读、AI生成视频、数据分析，接入开源文生图模型 CogView4。	0.07亿	开源数据库、专业内容平台、权威资讯网站
天工AI	个性化的对话助手，结合搜索引擎功能，支持视频/资讯/图片交互，含精准溯源模式。	0.06亿	知乎、京东、搜狐、网易、垂直类行业媒体
通义	个性化对话助手，支持官方+个人知识库双模式。	0.06亿	知乎、搜狐、网易、
讯飞星火	个性化对话助手，基于知识检索增强模式，支持企业私域文档构建，问答精准可溯源。	0.05亿	企业私域文档、结构化数据、权威公开资料
秘塔AI搜索	垂直型AI搜索界面，支持全网/文库/学术搜索，可生成大纲脑图并导出文档。	0.02亿	权威资料库、专业文献网站、学术期刊数据库、优质内容平台

数据来源：头豹研究院

AI时代更迭挑战与困境

Sinocare三诺

传统SEO方法论失效、品牌曝光与触达不足、错误幻觉信息露出风险加剧
企业容易陷入“看不见、说不清、甚至被说错”的困境



传统SEO方法论失效

- 用户搜索习惯转向AI，导致传统搜索流量下滑
- 传统SEO方法论策略的效益在显著降低

品牌曝光与触达难度提升

- AI优先展示少量、高度整合的答案
- 若品牌未能进入此核心展示区，将错失市场机会

错误幻觉信息露出风险问题

- AI的观点具备强引导性，如引用不准确、负面或遗漏性信息，将损害品牌信任度与公众形象

困境破局：品牌价值管理理念

Sinocare三诺

实现“内容即品牌，搜索即曝光”的增效循环

在满足用户搜索需求的同时，以自然、专业的方式准确传递品牌价值内容

1.0

理念：对内容以匹配AI抓取形式进行结构化，挑选高引用渠道发放，实现AI搜索的优先引用。

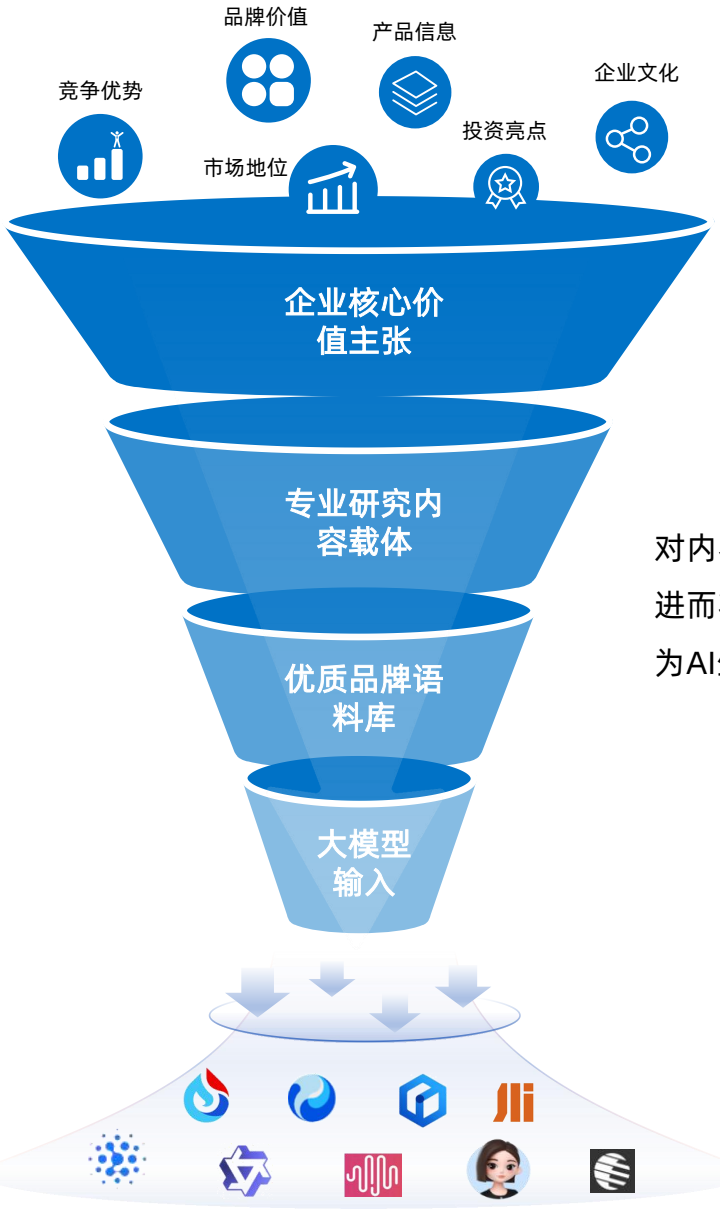
缺点：部分机械化GEO执行手段，易诱发数据污染，并催生大量低信噪比的内容。

2.0

理念：将信息转化为权威优质的语料输入大模型，实现AI语境下的认知塑造。

价值：将无形的认知体系转化为在AI信息生态中稳固、可信且能长期持有的数字资产。

品牌价值优化框架



对内容进行权威确权并注入大模型，进而将企业抽象的价值主张，固化为AI生态中稳固、可控的认知资产

阶段一

企业价值主张专业化呈现

企业价值信息标签化建设
企业价值主张通过专业报告的形式形成优质语料

报告内容结构化沉淀
通过结构化、上下文背景、事实支撑的方式沉淀价值信息

阶段二

语料进入优质品牌语料库

行业协会/白皮书等

优质语料专家智库协助运营

阶段三

输入大模型训练/微调数据集

官媒全矩阵宣发
国家官媒渠道全矩阵投放

大模型数据集嵌入
将语料作为数据集输入大模型训练微调流程

三诺生物
品牌搜索现状分析



三诺生物官网与竞品对比表现突出

Sinocare三诺

品牌	三诺	鱼跃	罗氏	可孚	硅基	雅培	微泰	欧态	平均值
网址	www.sinocare.com	www.yuwell.com	www.accu-chek.com.cn	www.cofoe.com.cn	www.sisensing.com	www.abbott.com.cn	www.microtechmd.com	www.synapsor.com	
域名年龄	23	6	22	11	6	25	14	7	14
PC来路IP	2031	258	0	168	258	536	146	0	425
移动来路IP	1124	240	0	69	240	322	76	0	259
PC词数	63	13	0	12	13	142	8	0	31
移动词数	47	11	0	13	11	161	2	0	31
百度PC权重	3	0	0	1	0	1	1	0	1
百度移动权重	3	1	0	0	1	1	1	0	1
Bing权重	2	0	0	0	0	1	0	0	0
百度收录量	1526	21900	1	8300	1,400	11,900	7,960	10	6625
360收录量	1050	8	19	196	8	168	144	1	199
Bing收录量	29,400,000	102,000	232,000,000	50957	2,460,000	22,500,000	44,100,000	175,000,000	63201620

三诺生物官网诊断分析说明

Sinocare三诺

评测分数以及得分区间说明

1、诊断针对影响 SEO 的主要 24 个大项，56 个小项逐一分析；

2、百度权重 是由爱站、站长工具等第三方平台推出的一种评估数据，主要用于评估网站关键词排名预计给网站带来的流量，并将其划分为0-10级的欢迎度评级。
百度权重同早期谷歌的PR值，对评估网站具有很重要的参考价值

3、整站 SEO 评分式分析系统，由智火创始人焦一真在 2012 月 6 月创作完成并投入项目使用，目前在 SEO 行业内广泛使用。

评测分数说明

总分	10	与百度权重值区间一致，用0~10表示网站当前优化状态
及格分	3~4	3分以下的项目需要修改（中文网站一般权重为2~3）

分数区间说明

得分区间	1~3	当前问题需要尽快修改或调整
	4~5	对SEO有影响，如果有修改调整条件，尽量修改
	6	当前状态较好，可做微调
	7~8	状态很好，请保持

网站基础信息分析-服务器相关数据

Sinocare三诺

分析说明	建议启用GZIP压缩，提升网站加载速度

分析项目	分析大项	分析小项	分析结果	程度
服务器	GZIP压缩	是否启用压缩	未启用	3
		源文件大小	35796KB	
		压缩后大小	7601KB	
		预计压缩率	78.77%	
	服务器	同服务器站点数	1	6
		服务器地址	中国浙江杭州	6
	响应时间	电信响应	0.045毫秒	6
平均				5.3

网站基础信息分析-域名相关数据

Sinocare三诺

分析说明	重点提升网站页面收录量，从而提升网站流量

分析项目	分析大项	分析小项	分析结果	程度
域名	域名情况	域名年龄	23年9个月16天	6
		到期时间	2027年3月23日	2
	网站页面程度	百度 PC 权重	3	4
		百度 MOB 权重	3	4
	搜索引擎表现	百度收录	1524	3
		360收录	1051	3
		Bing收录	29,400,000	5
平均				3.9

网站页面分析-页面代码

Sinocare三诺

分析说明	头部代码优化是重点，Schema结构化数据标记建议增加，Hn标签的使用可进一步优化

分析项目	分析大项	分析小项	分析结果	程度
页面代码	TITLE	Title	部分页面TDK 需调整	4
	Meta	Keywords		4
		Description		4
	DIV	div	已使用，暂无调整	6
	Schema	Schema	未使用，建议增加	2
	Hn	H1	部分页面使用不合理，需调优	3
		H2	部分页面使用，需调优	4
		H3	部分页面使用	5
平均				4.0

网站页面分析-页面内容

Sinocare三诺

分析说明	产品页面重点增加文本内容，对图片进行压缩

分析项目	分析大项	分析小项	分析结果	程度
页面内容	内容表现形式	Java script	使用良好	6
		ajax	使用良好	6
		Iframe	未检测到	6
		Vue	使用良好	6
	文本内容检查	文本内容质量	产品页面文本内容缺失	3
		图片优化情况	建议针对图片进行压缩	3
		nofollow	使用良好	5
平均				5.0

网站结构分析-前台结构相关数据分析

Sinocare三诺

分析说明	持续加强内部链接优化，针对资讯版块可以增加Tag标签

分析项目	分析大项	分析小项	分析结果	程度
前台结构	导航	顶部导航	表现较好	5
		面包屑路径	使用良好	4
	URL结构	首页URL	使用良好	5
		列表页URL	使用良好	5
		详细页URL	使用良好	5
	内部链接	相关性链接	加强页面之间关联性	5
		tag云	针对同类型页面创造页面集合	4
		关键词链接	部分页面需增加锚文本链接	4
平均				4.6

网站结构分析-支持结构

Sinocare三诺

分析说明	建议针对网站页面设置301重定向			
分析项目	分析大项	分析小项	分析结果	程度
支持结构	响应状态	301重定向	未使用	4
		404页面设置	已使用	6
	网站地图	Sitemap	已使用，可持续优化	4
		用户导航	已使用	5
	友情链接	友链板块	未使用	4
		友链页面	未使用	5
	抓取限制	Robot文件	已使用	5
平均				4.7

网站外链分析-外部链接

Sinocare三诺

分析说明	将根据目标关键词制定外链要求

分析项目	分析大项	分析小项	分析结果	程度
外部链接	外链样式	锚文本链接	需要根据关键词调整锚文本	5
		URL链接	根据需求增加 URL 链接	5
	外链类型	文章型外链	根据需求增加外链	5
		弱相关独立外链	较少	5
		强相关独立链接	链接较少	5
平均				5

网站外链分析-链接平台

Sinocare三诺

分析说明	基于优化目标关键词，调整外链建设平台

分析项目	分析大项	分析小项	分析结果	程度
链接平台	外链平台	同行业平台	较少	5
		资讯型站点平台	较多	5
		综合或垂直门户	综合媒体类较多	5
	链接表现	Nofollow	减少该类型链接数量	5
		来源域名	需要持续增加	5
		域名评分	优质外链需要持续增加	5
		高权重	高权重链接需要持续增加	5
平均				5

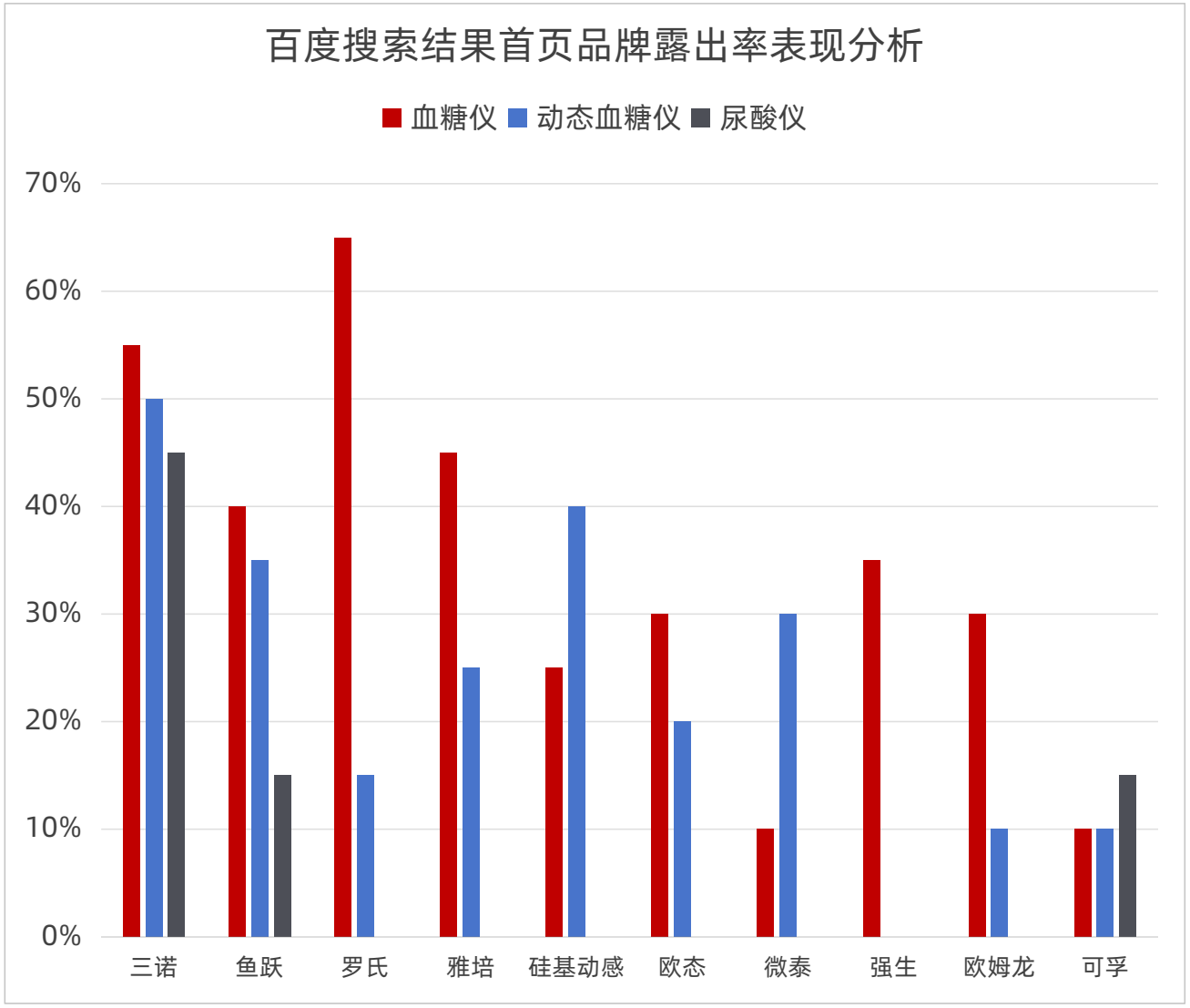
网站SEO分析总结

Sinocare三诺

总结说明	网站的基础较好，有部分可以优化空间。

分析项目	分析小项	说明	各项得分	平均程度
网站基础分析	服务器分析	网站基础部分需要细节调整	5.3	4.6
	域名分析		3.9	
网站页面分析	网页代码	部分页面TDK及内容需要调整	4.0	4.5
	网页内容		5.0	
网站结构分析	前台结构	要根据整站策略进行调整	4.6	4.7
	支持结构		4.7	
外部链接分析	外部链接	外链数量和质量需要优化	5	5
	链接表现		5	
最终评分				4.7

三诺生物百度搜索结果抽样分析



品牌	表现分析
三诺	唯一在三条线都保持50%左右极高露出的品牌，尿酸仪领域表现突出
鱼跃	在血糖和动态血糖领域紧贴三诺，是国产第二大流量品牌
罗氏	在传统血糖仪领域提及率最高，是“精准度”的代名词，但在其他品类声量较小
雅培	在动态血糖仪内容中虽然文字提及频次（25%）被国产SEO文章稀释，但只要提及“动态”均以其为对标对象
硅基动感	集中火力攻击“动态血糖仪”赛道，在该领域的SEO露出率超过了大部分传统巨头
欧态	在百家号的“十大品牌”类文章中频繁出现，属于典型的榜单伴随型品牌
微泰	策略与硅基动感类似，放弃传统红海，专注动态血糖仪的内容营销
强生	流量主要留存在“医院同款”的传统血糖仪搜索中，新赛道几乎无露出
欧姆龙	依靠品牌知名度在传统血糖仪榜单中占有一席之地
可孚	在三个品类的榜单末尾都有少量出现，主要承接低价或多品类长尾流量

样本数据说明：监测关键词“哪种血糖仪比较好测量准确”、“血糖仪哪家好”、“动态血糖仪”、“动态血糖仪哪个好”、“尿酸检测仪器家用”、“尿酸测试仪哪个牌子最好最准确”，搜索结果首页数据。

百度搜索结果来源渠道占比分析

Sinocare三诺

来源渠道分类	平台构成	血糖仪	动态血糖仪	尿酸仪	渠道特征解析
百度内容营销	**百家号**	**45%**	**35%**	**30%**	无论产品成熟度如何，百家号都是占比最高的单一渠道，主要承载品牌软文、第三方排名和长文种草。
百度聚合/原生	**民福康、百度健康、精选笔记、百度百科、图片、视频、博禾医生**	**30%**	**30%**	**30%**	**权威与形式流变。** **1. 血糖仪： 聚合内容多为“医生问答”（民福康/博禾），强调医疗权威性。** **2. 动态血糖： 聚合内容多为“百科词条、视频、图片”，侧重科普认知。** **3. 尿酸仪： 聚合内容多为“笔记、商品卡片”，侧重导购。**
B2B/电商直达	**1688、百度爱采购、百度健康商城**	0%	**15%**	**25%**	尿酸仪的搜索结果中充斥着1688和爱采购链接，说明百度判定该品类有极强的“批发/找低价”意图；而传统血糖仪几乎没有直接的购买链接。
垂直/门户媒体	中国品牌网、99健康网、搜狐	**15%**	5%	5%	**传统背书。 只有在成熟的传统血糖仪领域，老牌垂直媒体的“十大品牌榜单”才有一席之地。**
UGC/社区	**知乎、百度贴吧**	10%	10%	10%	知乎在三个品类中占比稳定，主要用于补充“真实评测”和“避坑指南”视角。
企业官方	品牌官网	0%	5%	0%	仅在动态血糖仪中出现了企业官网（硅基动感），说明新赛道竞争相对不饱和，官网SEO有机会上首页。

百度搜索结果现状总结说明

Sinocare三诺

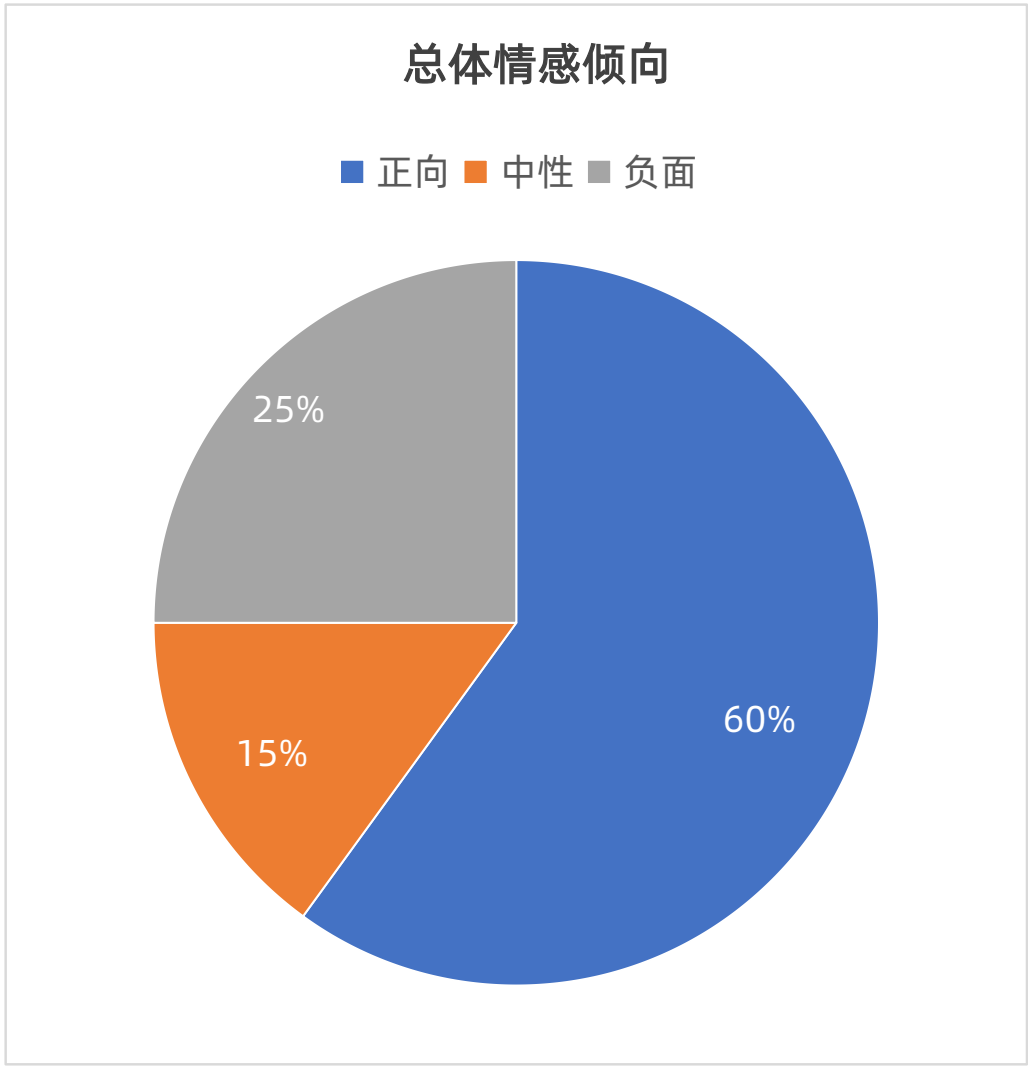
百度生态的“闭环”能力极强

- 百度系自家生态实际上控制了首页 **70%-80%** 的流量入口。
- 品牌方想在百度首页有好的表现，仅仅做第三方SEO（如知乎、媒体发稿）是不够的，必须投入百度的原生生态（如：**运营好百家号**、采购百度收费服务，如入驻爱采购）。

加强官网内容建设扩展长尾流量

- 传统外媒SEO红利已尽，“头部词”战场更是寸土寸金且无法形成流量闭环的“死局“。我们必须战略性**回归官网**，将其升级为品牌流量的收口核心。
- 放大官网价值，通过**全场景的内容矩阵**，精准拦截用户在决策全链路上的每一次细分搜索。以海量长尾词的“量变“，撬动品牌权重的”质变“，彻底把流量主动权掌握在自己手中！

三诺生物在百度搜索的“舆情画像”



总体情感倾向：
正面偏中性 (75% 正面/中性，25% 负面/争议)

品牌人设： “国民性价比之王”。在消费者眼中，三诺是国产医疗器械的代表，核心标签是“便宜”、“够用”、“耗材低廉”。

争议焦点： 集中在“精准度”（与罗氏/强生对比）和“动态血糖仪佩戴体验”

样本数据说明： 监测关键词三诺生物、三诺血糖仪、三诺血糖仪怎么样、三诺动态血糖仪、三诺生物怎么样搜索结果前3页数据。

三诺生物百度平台舆情讨论话题聚类与关键词

Sinocare三诺

分析前3页的标题和内容，舆情主要围绕以下5个核心话题展开

精准度与对比 35%

用户最核心的焦虑点，也是知乎、百度知道中讨论最激烈的部分

高频关键词：

准不准、误差、比罗氏差多少、医院同款、数值偏高/偏低、采血量。

核心舆论：

大部分反馈认为“作为家用参考足够了”、“性价比高容忍微小误差”；少部分用户纠结于“不如罗氏准”。

产品性价比与耗材 25%

三诺最大的护城河，也是百家号种草文和电商导购的核心卖点

高频关键词：

便宜、试纸价格、送试纸、实惠、平替、几十块钱、耗材便宜。

核心舆论： 普遍好评。用户明确表示选择三诺是因为“试纸用得起，天天测不心疼”。

动态血糖仪 20%

三诺爱看/i3等产品上市，相关话题热度飙升，主要集中在与雅培的对比

高频关键词：

三诺爱看、动态血糖、雅培瞬感、蓝牙连接、过敏、掉落、校准。

核心舆论：

毁誉参半。好评在于“直连手机/手表方便”、“价格比雅培低”；负面主要集中在“胶布过敏”、“连接不稳定”或“初期数值波动”。

企业实力与资本市场 15%

主要由关键词三诺生物触发，面向投资者和求职者

高频关键词： 300298、股价、上市公司、市值、收购、全球第五、招聘、工资待遇

核心舆论： 资本市场形象较好（行业龙头），求职舆情中规中矩

故障排除与使用教程 5%

长尾需求，主要集中在百度知道和视频

高频关键词：

E-3错误、怎么调码、怎么安装针头、不吸血

三诺生物用户评价核心要点总结

Sinocare三诺

正面评价

性价比突出：

入门级产品价格低于国际品牌，适合长期监测需求

操作友好：

免调码、微量采血（0.6微升）、老人易上手

品牌信任：

23年专业背景、医院渠道覆盖广，用户认可度高

负面评价

质量稳定性不足：

动态血糖仪数值波动大，与指尖血对比偏差明显

售后体验差：

客服响应延迟、问题处理态度强硬，多次投诉未达成调解

功能局限性：

数据传输不稳定、历史数据查询困难、佩戴部位单一（仅腹部）

负面源：

99健康 https://m.99.com.cn/a/1486287/

黑猫投诉：https://tousu.sina.com.cn/complaint/view/17380644419/?sld=568109ae64e6dee4de1e04208c57624e

三诺生物AI搜索表现诊断

主题	提及率	平均排名	官网引用率
血压计-产品 话题 4个提示词	7.1 ↓-3.1%	4.3 ↓-0.1	0.0 ↓0.0%
血压计-易用 话题 5个提示词	12.7 ↓-7.7%	3.2 ↓-0.5	0.0 ↓0.0%
血压计-精准 话题 5个提示词	11.4 ↓0.0%	4.8 ↑0.5	0.0 ↓0.0%
尿酸仪 话题 6个提示词	93.9 ↑3.8%	1.1 ↓-0.1	1.3 ↑0.7%
动态血糖仪-人群 话题 4个提示词	49.5 ↑1.0%	3.5 ↓-0.1	1.2 ↓-0.8%
动态血糖仪-卖点 话题 5个提示词	73.1 ↑5.8%	2.4 ↓0.0	7.0 ↑0.5%
动态血糖仪-产品 话题 6个提示词	52.7 ↑3.7%	2.8 ↑0.1	1.2 ↓0.0%
指尖血糖仪-易用 话题 5个提示词	81.2 ↓-0.8%	2.4 ↓0.0	3.1 ↑0.7%
指尖血糖仪-成本 话题 3个提示词	80.3 ↓-2.0%	1.8 ↓-0.1	0.4 ↑0.3%
指尖血糖仪-精准 话题 5个提示词	66.5 ↑2.8%	3.2 ↓0.0	1.6 ↑0.4%

强于“性价比”心智，弱于“官方话语权”

优势阵地：

尿酸仪： AI首选推荐 (No.1)，统治级表现。

指尖血糖仪： 牢牢占据“低成本/高性价比”认知 。

核心短板：

精准度信任缺位： 在“血糖仪-精准”话题下，提及率与排名双降，AI对精准度的信心不足。

官网失声：

绝大多数维度的官网引用率低于 1.5%。品牌在AI时代处于“失语”状态，解释权旁落于第三方平台。

样本数据说明：监测48关键词在7个主流AI平台的搜索数据表现。

三诺生物CGM业务AI搜索数据表现

Sinocare三诺

答案引擎洞察

三诺

能见度　平台　情绪　引用

近 7 天　竞品 7　主题 3　搜索提示词　平台

矩阵视图

通过可见性分数或声音份额分析来自竞争对手、主题或标签的平台捕获。

品牌	Deepseek	秘塔AI搜索	通义千问	Kimi	豆包	文心一言	纳米AI搜索
三诺	80.0 %	29.5 %	83.8 %	50.5 %	59.0 %	64.8 %	42.9 %
雅培	74.3 %	31.4 %	45.7 %	52.4 %	34.3 %	52.4 %	48.6 %
鱼跃	44.8 %	17.1 %	36.2 %	23.8 %	27.6 %	31.4 %	33.3 %
硅基动感	23.8 %	2.9 %	45.7 %	21.0 %	38.1 %	35.2 %	20.0 %
微泰	16.2 %	18.1 %	44.8 %	9.5 %	18.1 %	20.0 %	34.3 %
罗氏	8.6 %	9.5 %	9.5 %	22.9 %	17.1 %	21.9 %	1.0 %
欧态	3.8 %	1.0 %	26.7 %	1.9 %	5.7 %	4.8 %	17.1 %
可孚	0.0 %	1.9 %	14.3 %	6.7 %	10.5 %	6.7 %	1.0 %

三诺生物CGM业务引用文章洞察

Sinocare三诺

发布平台及高频引用文章洞察

为您推荐发布平台及高频引用文章

序号	发布平台	高频引用文章	引用次数	最近引用时间
1.	new.qq.com	市场上的7款动态血糖仪，它们有哪些优缺点？选购时看哪些指标? https://new.qq.com/	126	2022-11-19
2.	cnblogs.com	2025年动态血糖仪品牌推荐榜单解析与选择指南 https://www.cnblogs.com/	113	2025-11-20
3.	m.haodf.com	了解动态血糖仪_糖尿病_糖尿病检查 - 好大夫在线 https://m.haodf.com/	84	2025-07-25
4.	cnblogs.com	2025年年终动态血糖仪品牌推荐:聚焦准确性、舒适性与长期成本的多品牌横评与选购指南 https://www.cnblogs.com/	66	2025-12-22
5.	g.fh21.com.cn	最先进的动态血糖仪 - 问答频道 - 复禾健康 https://g.fh21.com.cn/	56	2025-10-10
6.	g.fh21.com.cn	测血糖不用扎针的仪器 - 问答频道 - 复禾健康 https://g.fh21.com.cn/	56	2025-10-11
7.	best.pconline.com.cn	中年糖友亲测:硅基轻享动态血糖仪,真的香!-聚超值 https://best.pconline.com.cn/	56	2025-04-29
8.	163.com	血糖仪什么品牌最好最准确?这六款高口碑机型精选推荐 https://www.163.com/	56	2025-12-31
9.	ilife.cn	动态血糖仪品牌推荐 动态血糖仪哪个品牌好_知识百科-美容美体网 https://www.ilife.cn/	50	2025-12-22
10.	news.iresearch.cn	欧姆龙持续血糖监测系统GS1重磅上市，锚定血糖管理战略新高度 https://news.iresearch.cn/	43	2025-10-24

显示 1 - 10 项 （共1773项）

三诺生物BGM业务AI搜索数据表现

Sinocare三诺

答案引擎洞察

三诺

能见度 平台 情绪 引用

近 7 天 竞品 7 主题 3 搜索提示词 平台

矩阵视图

通过可见性分数或声音份额分析来自竞争对手、主题或标签的平台捕获。

品牌	Deepseek	秘塔AI搜索	通义千问	Kimi	豆包	文心一言	纳米AI搜索
三诺	84.6 %	67.0 %	81.3 %	81.3 %	61.5 %	83.5 %	68.1 %
鱼跃	54.9 %	45.1 %	81.3 %	65.9 %	39.6 %	53.8 %	81.3 %
罗氏	37.4 %	42.9 %	63.7 %	63.7 %	54.9 %	65.9 %	63.7 %
雅培	30.8 %	31.9 %	14.3 %	20.9 %	39.6 %	41.8 %	6.6 %
微泰	13.2 %	3.3 %	17.6 %	5.5 %	0.0 %	16.5 %	2.2 %
硅基动感	16.5 %	0.0 %	13.2 %	6.6 %	0.0 %	7.7 %	0.0 %
可孚	3.3 %	3.3 %	4.4 %	7.7 %	3.3 %	4.4 %	1.1 %
欧态	2.2 %	5.5 %	6.6 %	5.5 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %

三诺生物BGM业务引用文章洞察

Sinocare三诺

发布平台及高频引用文章洞察

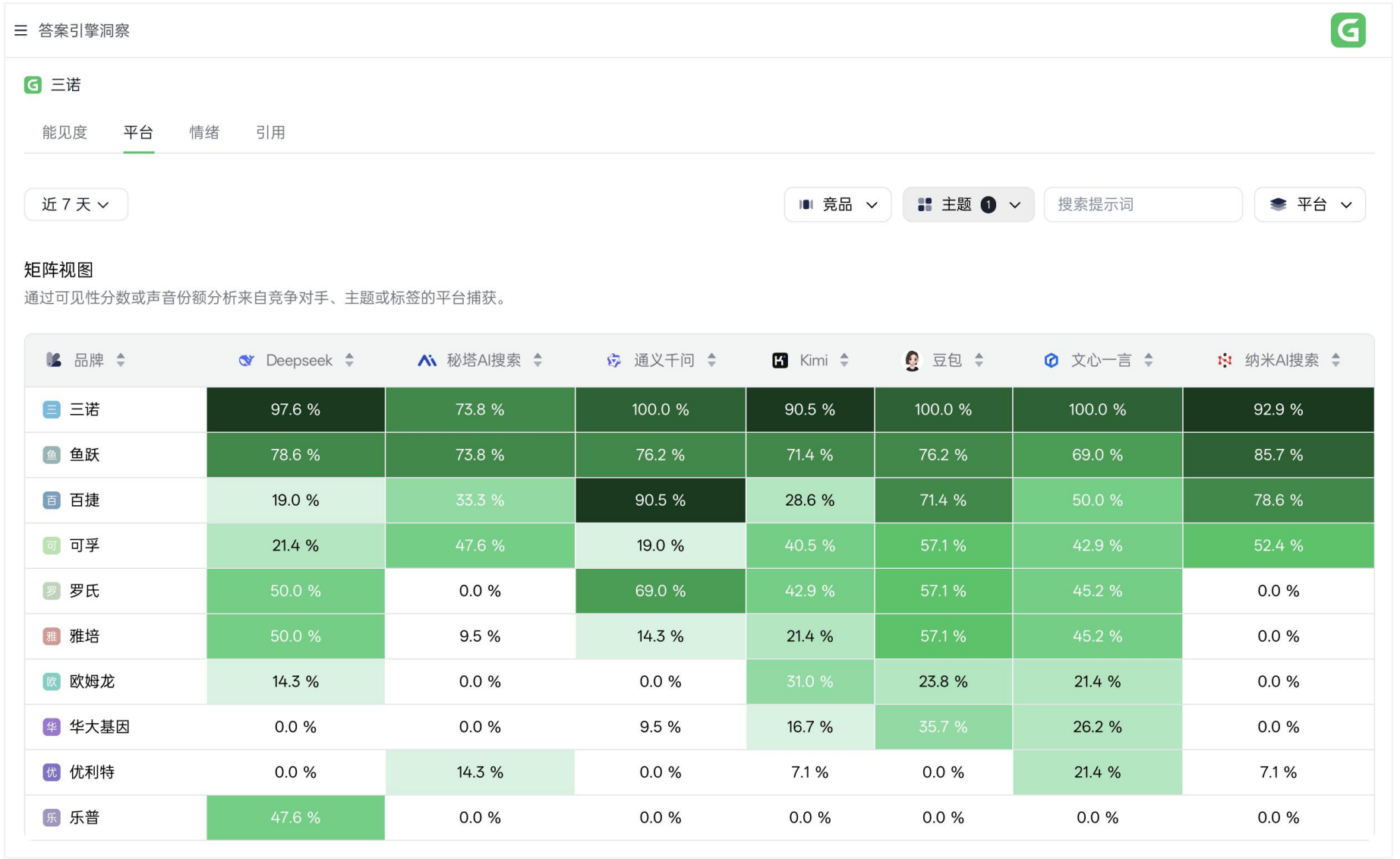
为您推荐发布平台及高频引用文章

序号	发布平台	高频引用文章	引用次数	最近引用时间
1.	kuailedo.com	血糖仪排名前十名十大名牌排行榜_快乐多 https://www.kuailedo.com/	126	2024-11-30
2.	post.smzdm.com	8款最佳血糖仪推荐:助您精准管理健康_血糖仪_什么值得买 https://post.smzdm.com/	84	2024-09-10
3.	m.fh21.com.cn	血糖仪不知道怎么购买?看看新出炉的综合推荐出炉-手机复禾健康 https://m.fh21.com.cn/	84	2025-12-19
4.	163.com	血糖仪什么品牌最好最准确?这六款高口碑机型精选推荐 https://www.163.com/	79	2025-12-31
5.	wap.ziyimall.com	血糖仪排名前十名 血糖仪十大名牌排名 https://wap.ziyimall.com/	70	2024-11-20
6.	news.fh21.com.cn	血糖仪不知道怎么购买?看看新出炉的综合推荐出炉-复禾健康 https://news.fh21.com.cn/	70	2025-12-19
7.	99.com.cn	2025血糖仪十大排名 口碑最好的家用血糖仪_血糖仪_糖尿病_99健康网 https://www.99.com.cn/	70	2024-12-25
8.	cnpp.cn	血糖仪十大品牌-2025年血糖仪哪个牌子好 https://www.cnpp.cn/	63	2025-12-14
9.	phb123.com	2025年家用血糖仪十大品牌排行榜 https://www.phb123.com/	59	2025-12-01
10.	ziyimall.com	血糖仪十大排名 - 紫一健康问答 https://ziyimall.com/	56	2024-11-29

显示 1 - 10 项 （共1394项）

三诺生物尿酸仪产品AI搜索数据表现

Sinocare三诺



品牌	Deepseek	秘塔AI搜索	通义千问	Kimi	豆包	文心一言	纳米AI搜索
三诺	97.6 %	73.8 %	100.0 %	90.5 %	100.0 %	100.0 %	92.9 %
鱼跃	78.6 %	73.8 %	76.2 %	71.4 %	76.2 %	69.0 %	85.7 %
百捷	19.0 %	33.3 %	90.5 %	28.6 %	71.4 %	50.0 %	78.6 %
可孚	21.4 %	47.6 %	19.0 %	40.5 %	57.1 %	42.9 %	52.4 %
罗氏	50.0 %	0.0 %	69.0 %	42.9 %	57.1 %	45.2 %	0.0 %
雅培	50.0 %	9.5 %	14.3 %	21.4 %	57.1 %	45.2 %	0.0 %
欧姆龙	14.3 %	0.0 %	0.0 %	31.0 %	23.8 %	21.4 %	0.0 %
华大基因	0.0 %	0.0 %	9.5 %	16.7 %	35.7 %	26.2 %	0.0 %
优利特	0.0 %	14.3 %	0.0 %	7.1 %	0.0 %	21.4 %	7.1 %
乐普	47.6 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %

三诺生物血压计产品AI搜索数据表现

Sinocare三诺

答案引擎洞察

三诺

能见度 平台 情绪 引用

近 7 天 竞品 主题 3 搜索提示词 平台

矩阵视图

通过可见性分数或声音份额分析来自竞争对手、主题或标签的平台捕获。

品牌	Deepseek	秘塔AI搜索	通义千问	Kimi	豆包	文心一言	纳米AI搜索
鱼跃	93.9 %	57.1 %	82.7 %	77.6 %	80.6 %	83.7 %	91.8 %
欧姆龙	88.8 %	66.3 %	73.5 %	77.6 %	82.7 %	79.6 %	93.9 %
松下	29.6 %	25.5 %	19.4 %	38.8 %	31.6 %	48.0 %	24.5 %
町石	14.3 %	12.2 %	37.8 %	31.6 %	0.0 %	0.0 %	38.8 %
可孚	18.4 %	11.2 %	12.2 %	20.4 %	18.4 %	18.4 %	24.5 %
汉王	32.7 %	9.2 %	22.4 %	12.2 %	0.0 %	0.0 %	19.4 %
九安	13.3 %	0.0 %	0.0 %	21.4 %	23.5 %	29.6 %	0.0 %
町石tinx	0.0 %	0.0 %	41.8 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	45.9 %
乐普	16.3 %	8.2 %	14.3 %	0.0 %	12.2 %	17.3 %	11.2 %
海尔	0.0 %	15.3 %	14.3 %	10.2 %	0.0 %	0.0 %	27.6 %

三诺生物AI搜索舆情分析（品牌词）

Sinocare三诺

答案引擎洞察

三诺

能见度　平台　情绪　引用

近 7 天　主题　搜索提示词　平台

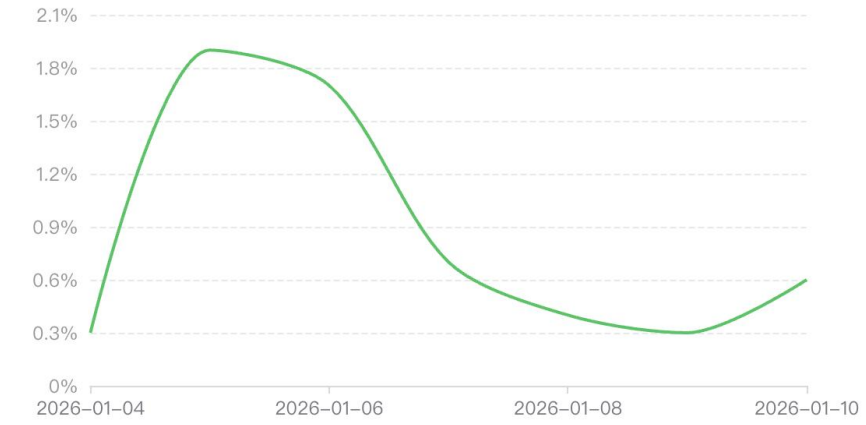
情绪分析

AI对三诺的消极评价

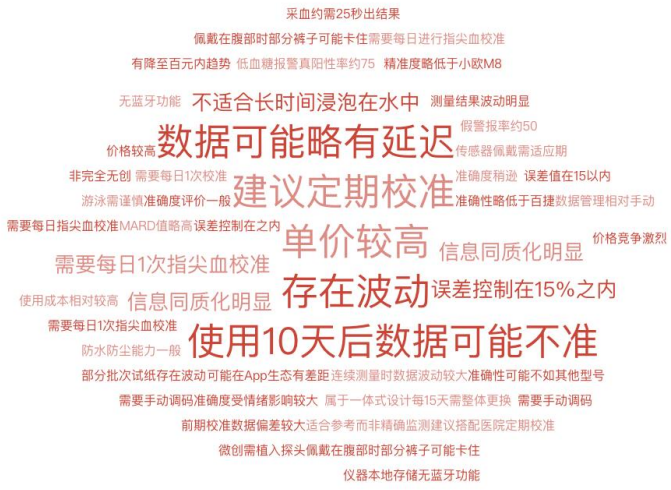
消极的

消极情绪

0.9%



三诺



三诺生物AI搜索舆情分析（行业词）

Sinocare三诺

答案引擎洞察

三诺

能见度　平台　情绪　引用

近 7 天　主题　搜索提示词　平台

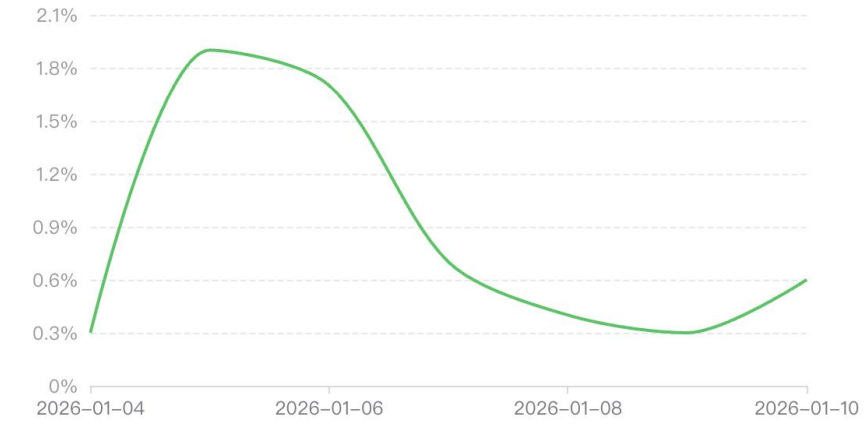
情绪分析

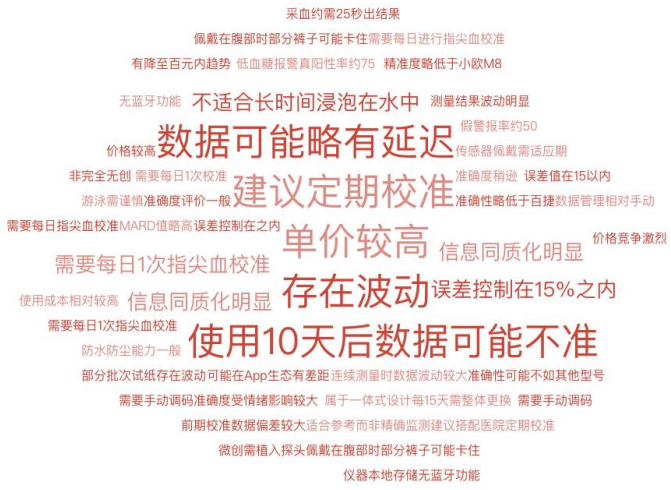
AI对三诺的消极评价

消极的

消极情绪

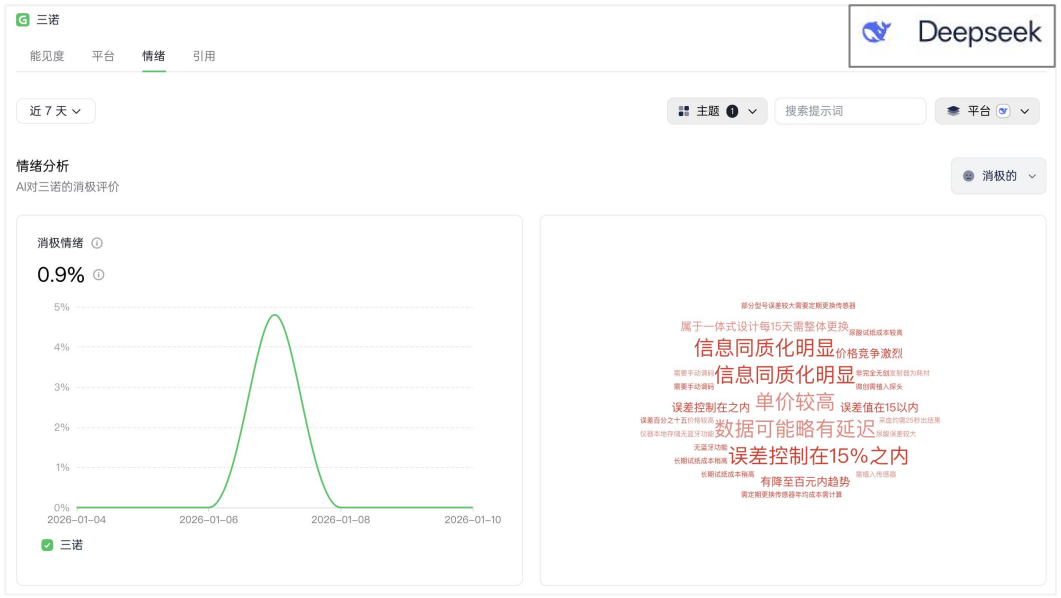
0.9%

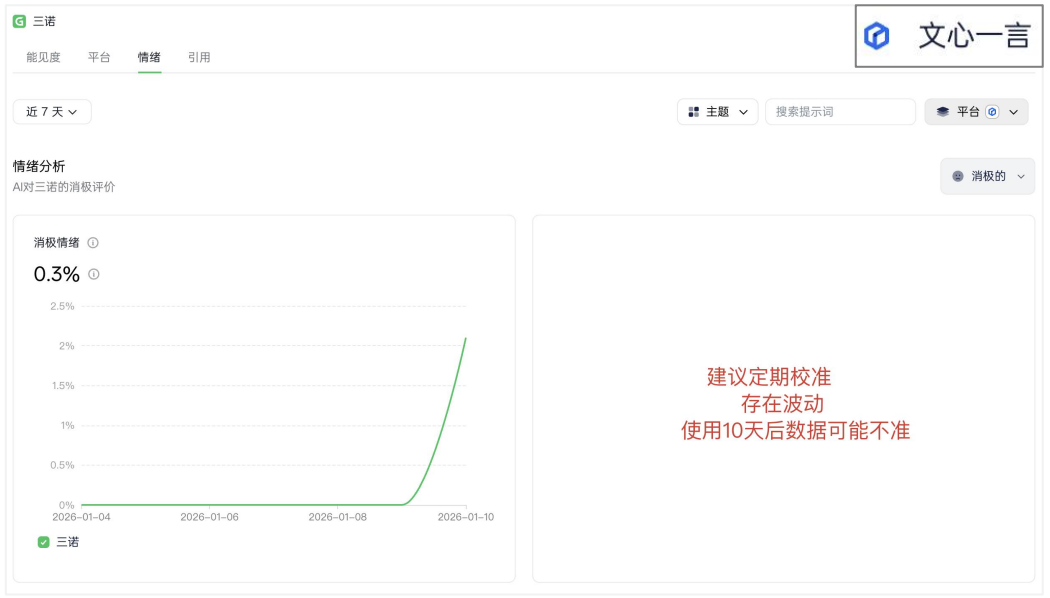


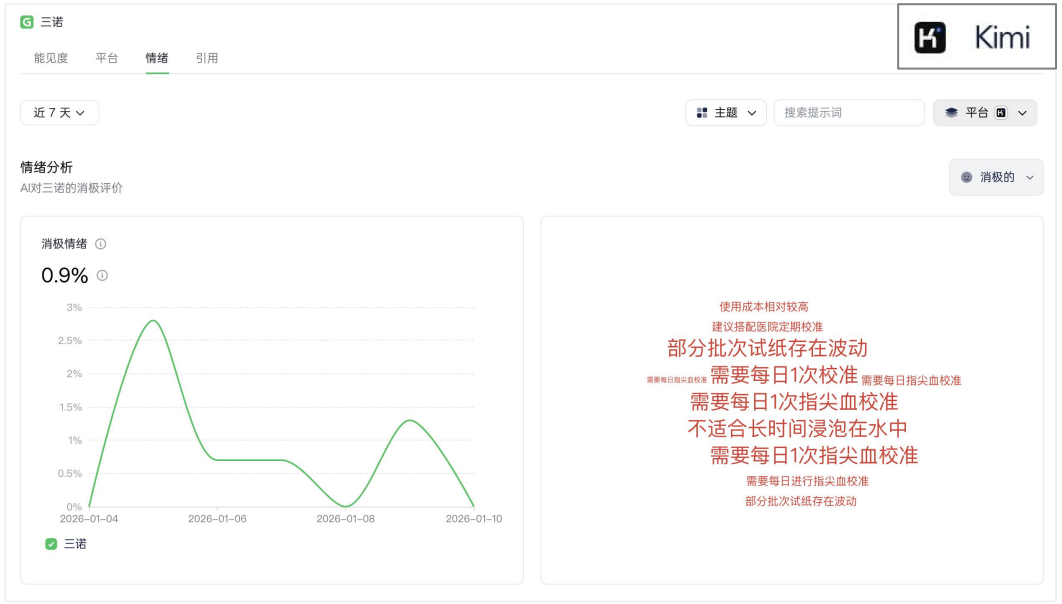


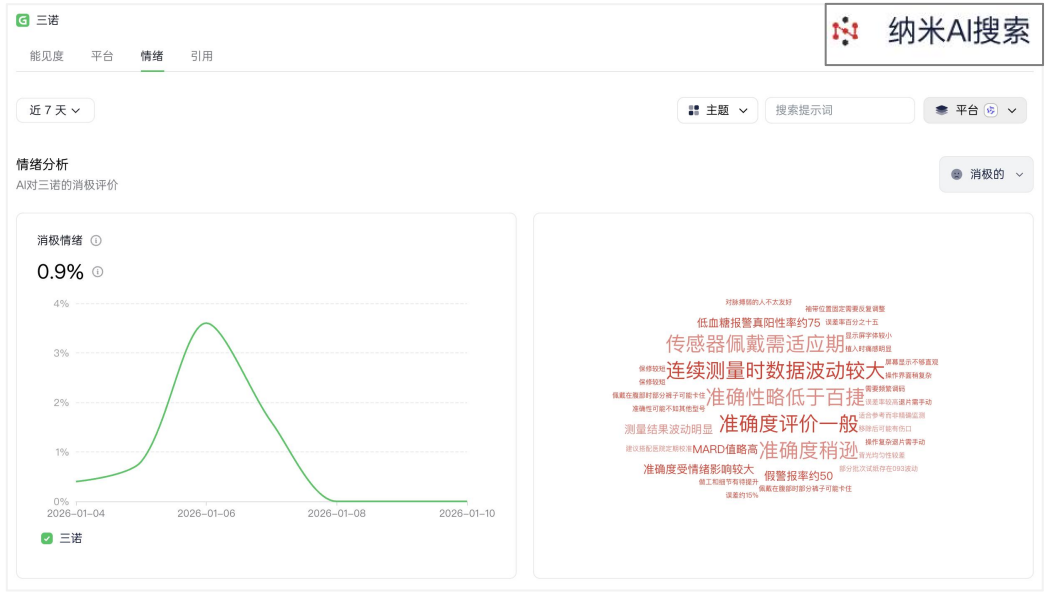
三诺生物AI搜索舆情分析（行业词分平台）

Sinocare三诺









三诺生物内容营销
核心策略及方案



构建三诺生物“A.I.D.A”搜索增长模型

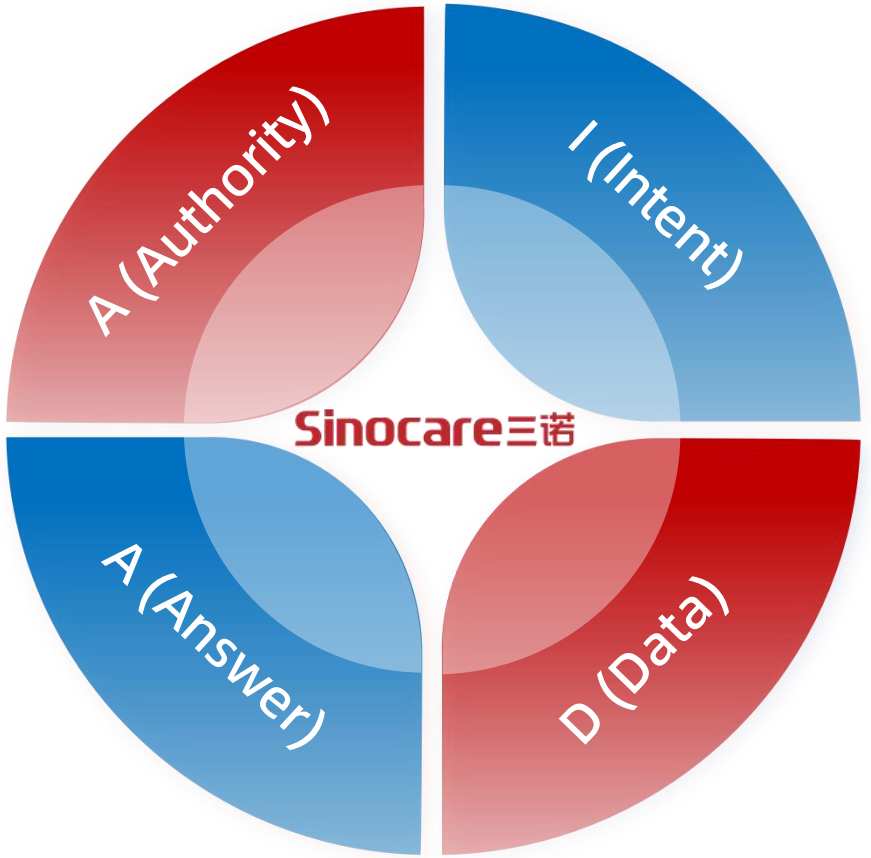
Sinocare三诺

A (Authority) 权威源点建设

以官网为中心，
建立“糖尿病医学级知识库”
强化“全球领先的糖尿病数字管
理专家”品牌心智

I (Intent) 意图覆盖

从“搜产品”向“搜场景/搜痛点”
扩容，全方位拦截用户决策流



A (Answer) 答案占位

追求百度首页排名的同时，
抢占 AI 回答的“首位推荐”

D (Data) 结构化数据投喂

全面部署结构化数据，
让机器读懂三诺生物

品牌知识图谱搭建：官网+平台“双轮驱动”

01

内部构建路径

官网为“主图谱阵地”，
确保品牌核心内容结构清晰



02

外部构建路径

知乎、百家号、央级媒体、垂直媒体、主流门户等为“辅助图谱节点”，建立品牌在开放生态中的可信性。

第一步：整理三诺生物语义资产

Sinocare三诺

三诺生物的企业资产结构化，拆解为 AI 能读懂的“实体”和“关系“

品牌实体	定位	全球领先的糖尿病数字管理专家
	追求	因为爱，我们致力于为全球糖尿病及相关慢性疾病的人们提供创新、优质的产品和服务，帮助他们提高生活质量
	slogan	每测一次都是爱
	特点	准确、简单、经济
产品实体	CGM	三诺爱看（iCan）、不扎手指、15天监测、蓝牙直连
	BGM	金稳+（Gold）、真睿（True）、语音播报、医用级精准
	多指标线	尿酸仪、血糖尿酸一体机、血压计
人群实体	1型糖友	需高频监测、TIR关注
	妊娠期	安全性、无痛需求
	老年群体	操作简单、大屏幕、语音
原理与科研实体	技术	生物传感技术、诺曼底抗干扰技术
	认证	NMPA认证、CE认证、FDA认证
市场地位实体	规模	全球拥有 9 大研发与生产基地，服务超 2,500 万用户，业务遍布 187 个国家和地区
	排名	中国血糖仪第一股、中国血糖监测市场 NO.1、国内血糖仪市场份额超 50%、国内尿酸仪销售第一等

第二步：内容结构嵌入

Sinocare三诺

在官网首页、产品页、FAQ 中有意识地用结构化语言表达这些“语义资产”

官网页面“模块化”改造，平台内容“标准化”分发

官网端

首页：
必须包含完整的【品牌实体】描述，例如 H1 标签中使用“三诺生物 - 全球糖尿病数字管理专家”。

产品详情页：
摒弃纯图片堆砌，增加文本层。

例如在介绍“三诺爱看”时，必须有纯文本段落描述：“三诺爱看动态血糖仪适用于1型及2型糖尿病患者...”

FAQ页：
建立“慢病知识库”，将【原理实体】转化为问答。

平台端

知乎/微信/小红书：
在企业号简介、置顶笔记中，严格使用整理的“标准定义”。

百科词条：
确保百度百科、搜狗百科中的“三诺生物”词条内容与《语义资产表》完全一致，作为公域的知识锚点。

权威媒体：
在39健康等高权重媒体发稿时，强制嵌入统一的“品牌语义底栏”，利用第三方权威背书实现AI对官网定义的交叉验证与共识锁定。

第三步：标准内容字段模版

Sinocare三诺

设定统一模板：每篇内容都包括【产品名称】【适用人群】【功效】【使用方法】等字段。

打造“AI 友好型”写作范式

制定《三诺生物产品内容输出SOP》

标题

[产品名称] + [核心痛点/场景] + [解决方案]

例：三诺爱看动态血糖仪（产品）如何帮助妊娠期妈妈（人群）实现无痛控糖（功效）

正文结构块

模块一 定义： 什么是三诺爱看？（直接引用资产表定义）
模块二 适用性： 适合哪些人？（引用人群实体）
模块三 参数： MARD值是多少？佩戴几天？（引用数据实体）
模块四 优势： 相比指尖血的优势。（结构化对比表格）

第四步：定期语义维护

每月更新一次“品牌知识清单”，同步新产品、新认证、用户FAQ更新

建立“客服-SEO/GEO-品牌”的知识循环

FAQ 动态更新机制

来源： 收集天猫/京东客服后台、小红书评论区的高频提问
（例如：“三诺爱看洗澡能戴吗？”“显示Er1是什么意思？”）

↓

动作： 每月将这些新问题录入《语义资产表》，并在官网 FAQ 页面更新标准答案

↓

价值： 确保当用户在百度/AI 搜这些具体问题时，三诺生物官网能提供最新、最准的答案，抢占“首位推荐”。

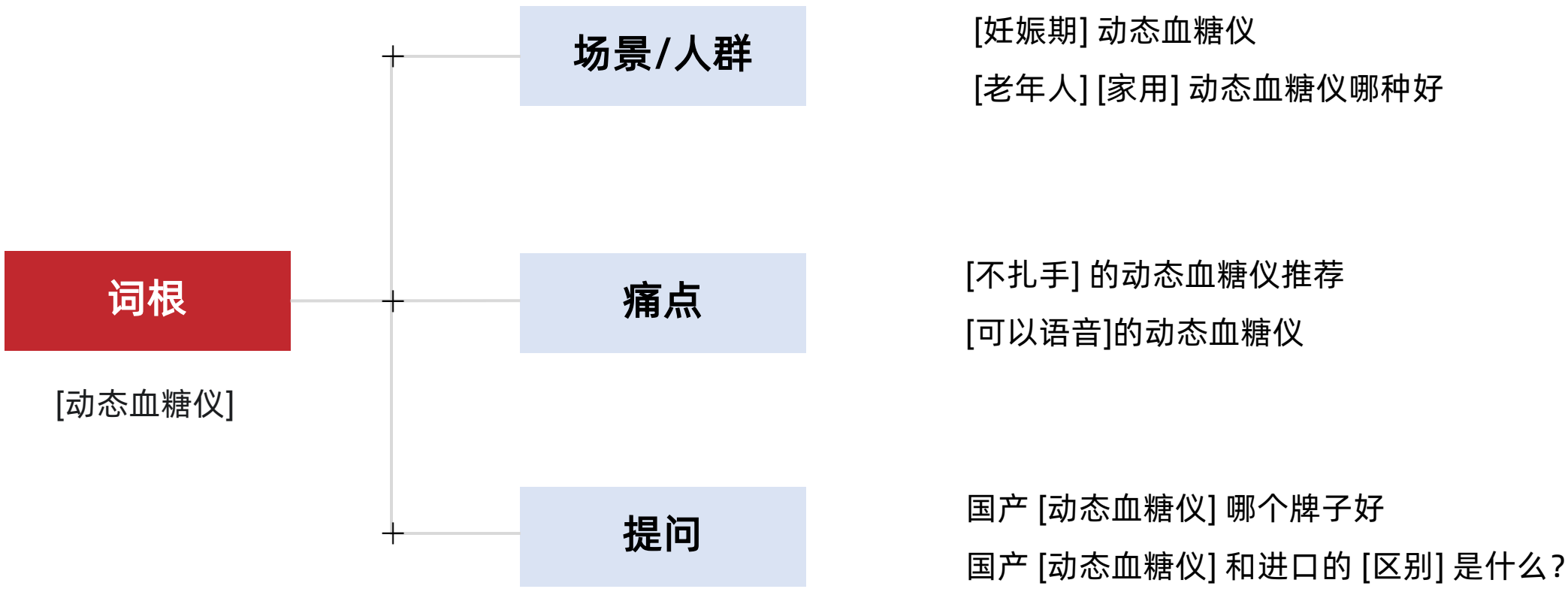
基于“核心词根 + 全景意图”的拓词策略

Sinocare三诺

词根			意图修饰			
品牌词根	品类词根	痛点词根	人群/场景	功能/痛点	对比/决策	提问
三诺	血糖仪	测血糖	老人	不扎手	排名	怎么用
三诺爱看	动态血糖仪	控糖	孕妇	自动	哪个好	准不准
三诺真睿	尿酸仪	TIR	痛风患者	蓝牙	性价比	Er1 怎么办
三诺生物	血压计	痛风	一型糖友	语音	多少钱	数值标准
		高尿酸	睡觉	精准	雅培区别	能戴几天
			洗澡	误差小	国产	
			游泳	免调码		
			出差			

精准意图词覆盖用户决策全链路（CGM为例）

Sinocare三诺



建立“糖尿病医学级知识库”

Sinocare三诺

全球领先的
糖尿病数字管理专家

一个权威源头　多端智能分发

既有医生的严谨（数据/文献）
又有家人的关怀（“每测一次都是爱”）

SEO	GEO	舆情
做厚“内容资产” 提升收录与长尾排名	建立“结构化语料” 让 AI 抓取为标准答案	实施“饱和式攻击” 用高质量正面内容挤压负面空间

三诺生物内容矩阵规划-基于用户决策阶段的内容方向

决策阶段	SEO 侧重 (流量获取)	GEO 侧重 (答案占位)	内容形式 / 标题示例 （内容分配 CGM：50%，BGM：25%，其他：25%）
阶段一： 意识觉醒 (搜症状/场景)	**大流量科普词** **覆盖：妊娠期、一型糖友、痛风饮食表。** **目的是把泛流量引进来。**	定义性问答 AI 最爱抓取“是什么”。 直接定义标准。	形式：百科式长文 "什么是TIR？为什么它比糖化血红蛋白更重要？" "痛风患者的24小时饮食红黑榜" "动态血糖仪准确吗"
阶段二： 方案对比 (搜技术/品牌)	**竞品截流词** **覆盖：三诺vs雅培、国产排名、准确度对比。** **目的是证明三诺更优。**	结构化对比 提供表格数据，喂养 AI 的“对比能力”。	形式：硬核评测/参数表 "2026国产动态血糖仪大横评：15天监测真的更准吗？" "三诺爱看 vs 雅培瞬感：全参数深度对比" “哪个牌子的血糖仪好用又准确？”
阶段三： 行动与留存 (搜故障/服务)	**精准长尾词** **覆盖：Er1故障、佩戴教程、AGP报告解读。** **目的是减少售后，提升口碑。**	实操性指南 解决具体问题，防止 AI 瞎编（幻觉）	形式：FAQ问答库/短视频脚本 "三诺血糖仪显示Er1是什么意思？3步解决" "三诺爱看洗澡游泳能戴吗？防水测试"

三诺生物内容生产标准：GEO-First 写作法

Sinocare三诺

标准文章结构

为了同时满足 SEO 和 GEO，所有内容必须执行“GEO-First”标准，文章结构必须模块化

H1 标题	必须是用户真实的提问 （如：动态血糖仪真的不痛吗？）
摘要（适配AI）	文章第一段必须直接给出结论， 字数控制在 100 字以内，包含核心关键词 示例：“是的。以三诺爱看动态血糖仪为例，它采用微丝植入技术，几乎无痛感。且相比传统指尖血糖仪，它能提供15天连续监测...”
核心论证	使用无序列表或表格，AI 极易抓取这种格式 示例： 优势1：15天超长监测 优势2：蓝牙直连，无需扫描
专家背书 (E-E-A-T)	结尾增加“医学审核人：XXX医生”或引用“《中国2型糖尿病防治指南》”

三诺生物内容生产合规标准

Sinocare三诺

01 系统初审+编辑自审

敏感词系统扫描：
使用词爪工具自动过滤《新广告法》违禁词
NMPA 注册证核对：
编辑在撰写产品功能时，严格对照三诺产品的《医疗器械注册证》适用范围，严禁夸大适应症。

02 医学编辑复核

医学编辑/顾问审核： 由具备医学背景的人员，审核科普内容的科学性。
数据溯源： 所有引用的临床数据（如 MARD 值、并发症概率）必须标注权威出处。

03 AI 幻觉阻断与客户终审

GEO 投喂清洗： 在将内容投喂给 AI（知识库）之前，剔除所有模棱两可的描述，只保留“结构化事实”，防止 AI 产生“幻觉”胡乱拼接。
品牌方确认： 所有内容需经三诺市场部/法务部审核确认后方可发布。

三大合规铁律：

广告法合规： 严禁使用绝对化用语，除有明确数据支撑的市场份额（需注明来源）外，慎用“第一”。
医疗器械合规： 严格区分“保健”与“治疗”，不承诺疗效，并在显著位置标注“请仔细阅读产品说明书或在医务人员指导下购买和使用”。
竞品描述合规： 在做对比内容（如对比雅培）时，只对比客观参数（如 MARD 值、天数），不进行恶意拉踩或主观贬低，避免不正当竞争风险。

基于不同AI的抓取逻辑，生产多模态内容

Sinocare三诺



媒体平台投放策略

Sinocare三诺

结合AI及传统搜索抓取和索引的算法，不同阶段搭配对应的投放策略，更有效的进入索引库

垂直媒体

健康报网 WWW.JKB.COM.CN

39健康网

环球医疗器械网 YLQX.QGYYZS.NET

社交媒体

今日头条

抖音 知乎

微信公众平台 豆瓣

泛投放

基于前期的调研分析，多渠道发布

调整

结合第一波投放效果进行调优

筛选

筛选优质平台投放

权威媒体

腾讯网

新浪网 sina.com.cn 凤凰网 IFENG.COM

虎嗅 网易 NETEASE

大众媒体

hao234 好生活好二三四 消费日报网 www.xfrb.com.cn

中国新闻网 中新网 WWW.CHINANEWS.COM.CN 大众网 www.dzwww.com

精准投放

增值服务推荐

Sinocare三诺

市场地位确认

建立品牌行业地位
提升品牌市场影响力

行业白皮书

建立行业标准，
为品牌内容营销提供权威背书

权威机构调研，建立行业地位优势





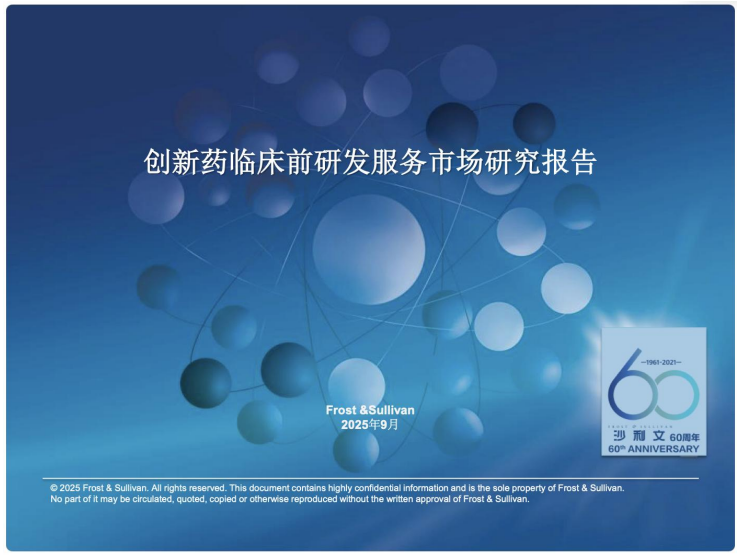




行业白皮书为品牌背书，塑造权威价值

Sinocare三诺

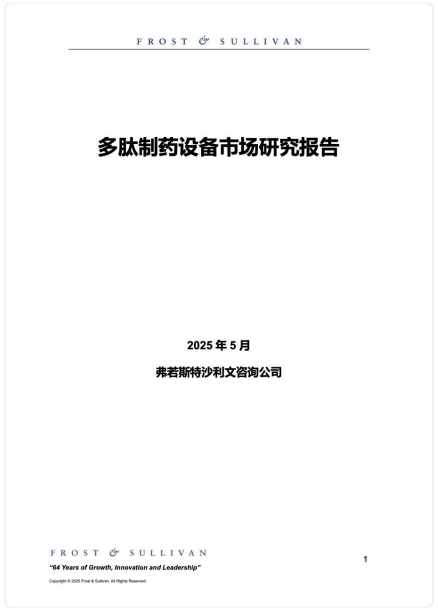


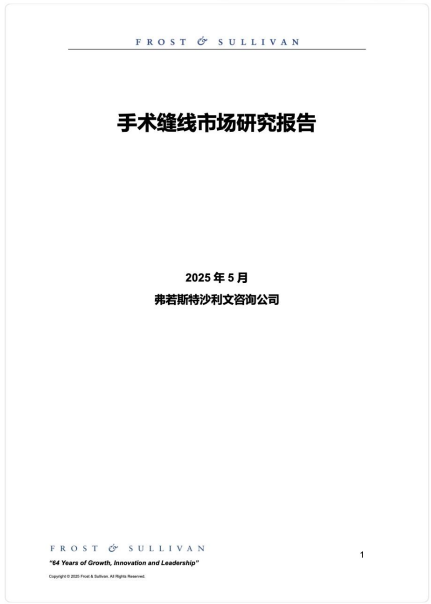


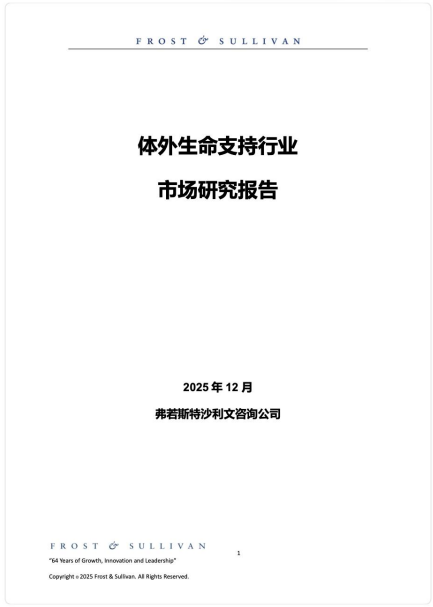










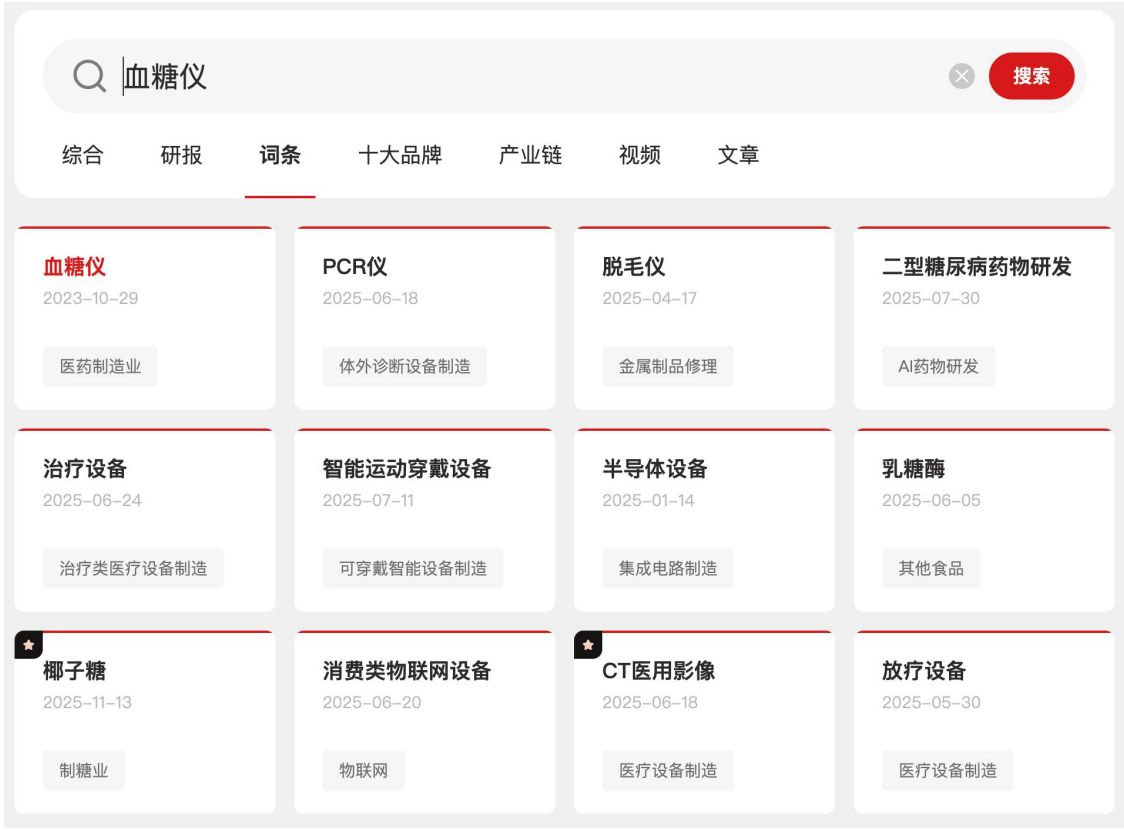




头豹研究院行业词条

Sinocare三诺





三诺生物
官网改造升级路径



官网升级核心策略

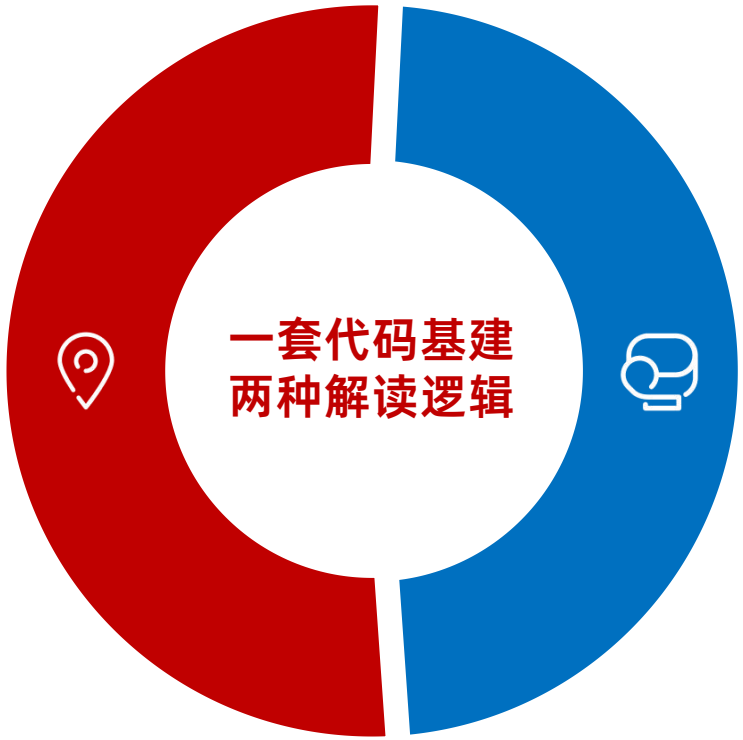
Sinocare三诺

传统搜索引擎

1

追求“快、全、准”。

侧重于代码规范、关键词分布、移动端体验，目标是收录与排名



AI 搜索引擎

2

追求“结构、意图、权威”。

侧重于语义标记（Schema）、问答式结构、实体关系，目标是被引用

官网优化执行方案

Sinocare三诺

基础SEO技术基建优化

① 移动端优先
② URL 与结构规范
③ TDK 标签升级
④ 死链与站点地图

官网内容语义化重构

① 产品页改造
② 升级“三诺讲糖”频道
③ E-E-A-T 权威性建设

GEO 适配与 AI 专项优化

① 部署 Schema 结构化数据
② 意图识别内容布局
③ 实体关系构建

技术基建
（底座）

内容重构
（骨架）

GEO适配
（灵魂）

技术基建–移动端用户体验升级



视频影响用户入口



产品页面文本过小



文章图片丢失

技术基建–网页GZIP压缩

Sinocare三诺

图片与代码压缩： 将高清产品图转为 WebP 格式，
开启 Gzip 压缩，提升网站页面加载时间

www.sinocare.com 查 询 查询记录

Header信息	
Server	nginx
Connection	keep–alive
Date	Tue, 06 Jan 2026 10:59:50 GMT
Content–Language	zh–CN
Content–Type	text/html;charset=UTF–8

网址 www.sinocare.com 检测结果	
是否压缩	否
压缩类型	无
原始文件大小	35796 字节
压缩后文件大小	7601 字节
压缩率（估计值）	78.77%

技术基建–TDK补全




```
<!DOCTYPE html>
<html xmlns:th="http://www.thymeleaf.org">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=UTF-8" />
<meta http-equiv="content-language" content="zh-CN" />
<meta name="viewport" content="width=device-width,initial-scale=1.0,user-scalable=no" />
<meta name="apple-mobile-web-app-capable" content="yes" />
<meta name="apple-mobile-web-app-status-bar-style" content="black" />
<meta name="format-detection" content="telephone=no" />
    <meta name="keywords" content=""/>
    <meta name="description" content=""/>
<meta name="author" content="三诺生物-全球领先的糖尿病数字管理专家-www.sinocare.com" />
<meta name="renderer" content="webkit">
<meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge,chrome=1">
    <title></title>
<link href="/sannuo/templates/web/favicon.ico" rel="shortcut icon">
<!--css样式-->
<link href="/sannuo/templates/web/css/boc_reset.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
<!-- //网站效果常用样式 -->
<link href="/sannuo/templates/web/js/wow/animate.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
<link href="/sannuo/templates/web/style/style.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
<link href="/sannuo/templates/web/js/swiper/swiper.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
<link href="/sannuo/templates/web/js/mCustomScrollbar/jquery.mCustomScrollbar.min.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
<link href="/sannuo/templates/web/css/swiper.min.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
<link href="/sannuo/templates/web/css/templet/newsinfo.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
    <!--css样式-->
```

针对文章页面补全TDK标签

示例页面：https://www.sinocare.com/zh/newsinfo_1244.html

T：Breakthrough T1D到访三诺基金会 共探1型糖尿病研究中国合作新路径-三诺生物

K：三诺基金会，1型糖尿病研究，Breakthrough T1D

D：全球领先的1型糖尿病研究和倡导组织Breakthrough T1D代表团到访湖南省三诺糖尿病公益基金会，双方围绕各自在糖尿病公益领域的实践成果展开深度交流，并就未来在中国开展1型糖尿病研究合作、推动创新疗法落地...

技术基建–结构化规范

Sinocare三诺 | 股票代码: 300298

关于三诺 产品及解决方案 用户服务体系 企业动态 投资者关系 ESG 加入我们

首页 > 血糖仪 > GA系列 > GA-7血糖仪

GA-7血糖仪

*无需调码 插条即用

*语音提示 简单易用

*用血量少 自动虹吸



面包屑导航优化，清晰层级，方便爬虫抓取



网站页面全面升级改造思路

Sinocare三诺

以三诺爱看I3动态血糖仪页面为例
网站页面全面改造思路

https://www.sinocare.com/zh/proinfo_721.html

URL与TDK	页面首屏改造	页面中段	页面底段	代码层
基础重构	图文分离	结构化详情	GEO核心增量	Schema结构化标记

改造目标

用户看

卖点清晰，疑问秒解，购买欲望强

百度看

文字丰富，关键词匹配度高，排名靠前

AI看

结构化的数据源

URL 与 TDK 基础重构



当前I3产品示例

URL 语义化改造

现状： 可能仅为“三诺爱看动态血糖仪 i3 - 三诺生物”

旧链接： .../zh/proinfo_721.html

建议新链接： https://www.sinocare.com/zh/cgm/ican-i3.html

理由： 让 URL 包含 cgm (品类) 和 ican-i3 (核心词)，百度会给予更高的权重匹配。

TDK (标题/描述) 深度优化

现状： “三诺爱看动态血糖仪 i3 - 三诺生物”

修改建议：

Title： 三诺爱看动态血糖仪i3_不扎手连续监测15天_手机蓝牙直连-三诺生物官网

(覆盖：产品名+核心痛点+核心功能+品牌)

Description： 三诺爱看i3（Sinocare iCan i3）采用第三代传感技术，MARD值低至8.71%，实现15天免校准连续监测。手机蓝牙直连，无需扫描，每3分钟自动出值，是您身边的糖尿病数字管理专家。

涵盖了 AI 推荐产品时最看重的“精准度”和“便捷性”参数

页面首屏改造：核心参数结构化

Sinocare三诺



高清产品渲染图

（带 alt="三诺爱看动态血糖仪传感器佩戴图" 标签）

核心文本区 - H1区域

H1标题：

三诺爱看 i3 动态血糖监测系统

核心卖点列表：

15天超长监测： 行业领先，一片顶半个月。

分钟级自动传输： 蓝牙直连，无需NFC扫描。

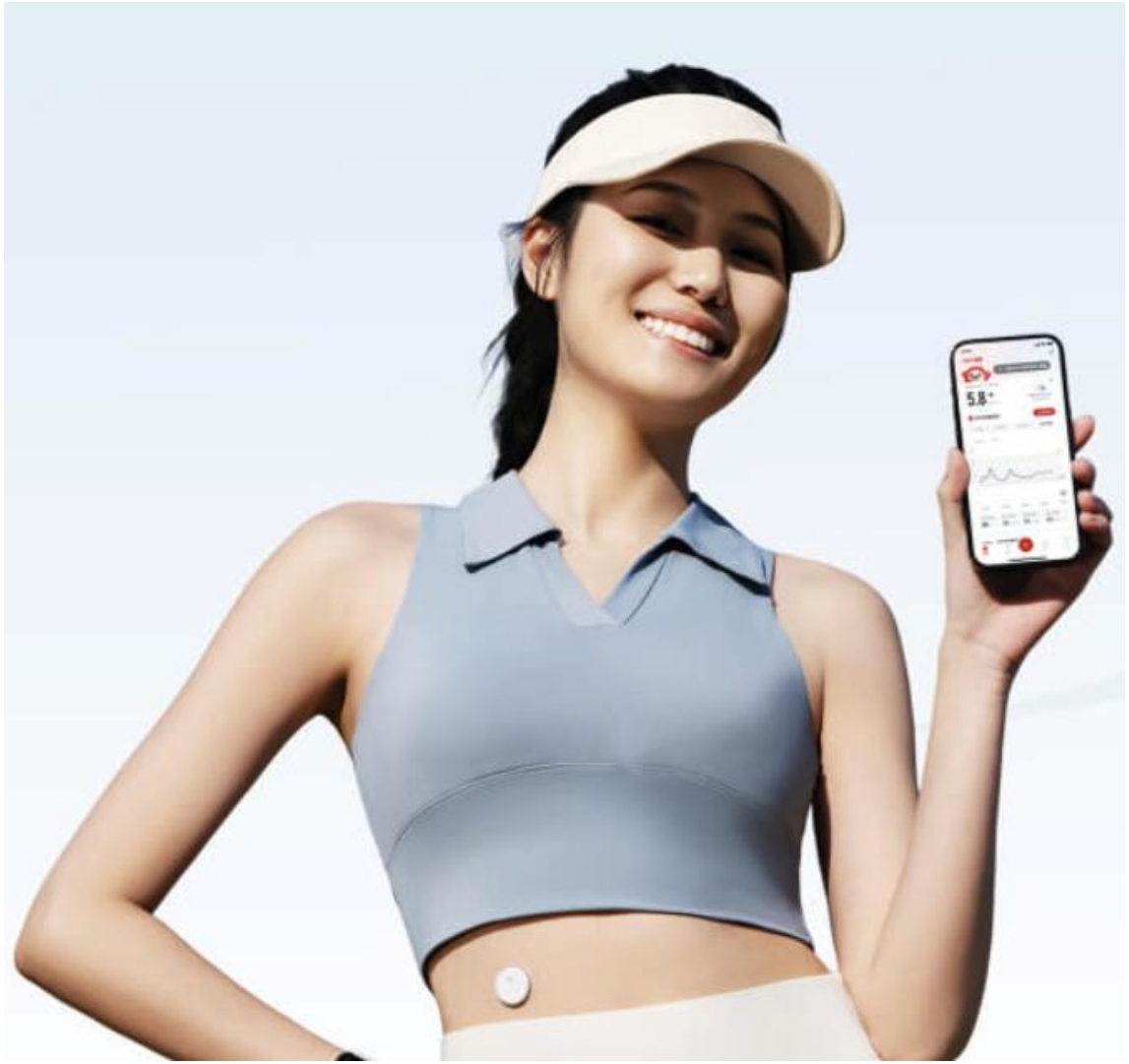
医用级精准： MARD值 8.71%，精准度对标指尖血。

IPX7级防水： 洗澡、游泳佩戴无忧。

CTA按钮：

天猫旗舰店　京东旗舰店

页面中段：结构化详情



图片仅做示例

在每张精美海报图的下方或侧边，增加一段纯文本 HTML 代码，用于解释图片内容

板块一：技术原理（解决“准不准”的搜索意图）

H2 标题： 为什么三诺爱看测得准？

文本内容： 采用第三代生物传感技术，抗干扰能力强...（植入“诺曼底技术”关键词）。

板块二：使用场景（解决“痛不痛/怎么用”的意图）

H2 标题： 像硬币一样小，佩戴近乎无感

文本内容： 植入皮下仅 X 毫米，痛感如同被蚊子叮咬...

板块三：使用场景（解决“使用麻烦吗”的意图）

H2 标题： 像硬币一样小，佩戴近乎无感

文本内容： “告别传统‘扫一扫’。i3 通过蓝牙 5.0 直接连接‘三诺爱看APP’，每 3 分钟自动更新血糖数据，手机在兜里也能测。”

页面底端：GEO 核心增量

Sinocare三诺

增加“竞品对比表”

AI 极度依赖表格来生成对比答案。建议在详情页底部增加 HTML 表格

核心指标	三诺爱看 i3	传统扎针血糖仪	第一代/其他扫描式CGM
痛苦程度	无感植入	每次扎针	植入微痛
数据频率	3分钟/次 (更密)	饭前饭后	5-15分钟/次
操作方式	全自动蓝牙传输	手动采血	需手机贴近扫描
佩戴天数	15天	N/A	通常14天

增加 i3 专属 FAQ

直接覆盖用户的长尾提问。

H2： 关于三诺爱看 i3 的常见问题

Q：三诺爱看 i3 需要每天扎手指校准吗？

A：不需要。 i3 采用工厂预校准技术，佩戴全程免指血校准。

Q：i3 的蓝牙连接距离是多少？

A：在无遮挡情况下，蓝牙连接距离约为 6-10米。

Q：洗澡时需要摘下来吗？

A：不需要。i3 具备 IPX7 级防水能力，可以佩戴淋浴或游泳（建议不超过30分钟）。

注：以上数据仅为示例

代码层：Schema结构化标记

Sinocare三诺

在该页面的 <head> 中插入以下 JSON-LD 代码
让 AI 读懂这个页面在卖什么

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org/",
  "@type": "Product",
  "name": "三诺爱看 i3 动态血糖仪",
  "image": "https://www.sinocare.com/images/ican-i3.jpg",
  "description": "三诺爱看动态血糖仪，15天免扎针连续监测，蓝牙直连，MARD值8.71%。",
  "brand": {
    "@type": "Brand",
    "name": "三诺生物 (Sinocare)"
  },
  "review": {
    "@type": "Review",
    "reviewRating": {
      "@type": "Rating",
      "ratingValue": "4.8",
      "bestRating": "5"
    },
    "author": {
      "@type": "Person",
      "name": "三诺用户"
    }
  },
  "aggregateRating": {
    "@type": "AggregateRating",
    "ratingValue": "4.9",
    "reviewCount": "1024"
  }
}
</script>
```

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "FAQPage",
  "mainEntity": [{
    "@type": "Question",
    "name": "三诺爱看动态血糖仪可以用几天？",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "三诺爱看单个传感器的使用寿命为15天，相比市面上常见的14天产品多出一天，更具性价比。"
    }
  }, {
    "@type": "Question",
    "name": "三诺爱看需要扎手指校准吗？",
    "acceptedAnswer": {
      "@type": "Answer",
      "text": "不需要。三诺爱看采用工厂预校准技术，佩戴期间无需进行指尖血校准。"
    }
  }]
}
</script>
```

注：以上数据仅为示例

“三诺讲糖”栏目升级

Sinocare三诺

导航

Banner

首页>三诺讲糖

血糖仪哪一款适合老人用？

缩略图

妻子特别纳闷：“我平时不爱吃甜的，怎么也会得糖尿病？”其实这不是巧合，现在越来越多糖尿病变成了“夫妻

时间：2026年1月1日　　标签：糖尿病　血糖仪　持续监测系统

血糖仪哪一款适合老人用？

缩略图

妻子特别纳闷：“我平时不爱吃甜的，怎么也会得糖尿病？”其实这不是巧合，现在越来越多糖尿病变成了“夫妻

时间：2026年1月1日　　标签：糖尿病　血糖仪　持续监测系统

血糖仪哪一款适合老人用？

缩略图

妻子特别纳闷：“我平时不爱吃甜的，怎么也会得糖尿病？”其实这不是巧合，现在越来越多糖尿病变成了“夫妻

时间：2026年1月1日　　标签：糖尿病　血糖仪　持续监测系统

1 2 3 4 5 6 7

站内广告

热门文章列表

热门标签

底部

截获泛健康流量，建立网站的行业权威度

结构化科普

建立 /wiki/ 目录，发布“什么是TIR”、“尿酸高吃什么”、“血糖仪有哪些品牌”、“血糖仪怎么选”等深度文章。

内链网络

在百科文章中，将“动态血糖仪”“持续葡萄糖监测系统”关键词链接回“三诺爱看”产品页

注：以上效果仅为示例

官网交互升级：三诺生物“AI 智能服务体系”建设规划

Sinocare三诺

前端

AI 智能客服

24x7 在线的“私人健康管家”

导购顾问	售后专家	健康助理
“我有痛风，也有糖尿病，买哪款？” → 推荐“双功能仪”	“仪器显示 Er1 是坏了吗？” → 给出排查步骤	“空腹 7.8 正常吗？” → 给出医学建议并推荐监测方案。

引擎

智能处理

RAG 技术

用户提问 → 意图识别 →在知识库检索真相 → 大模型生成拟人化回答

确保 AI 只基于三诺官方数据回答，杜绝“胡说八道”（幻觉）

后端

品牌知识库

三诺的私有化、医学级数字资产中心

产品文档库	慢病医学库	服务问答库
说明书、参数表、对比评测（重点覆盖 i3、iCan、金稳+）	糖尿病防治指南、痛风饮食表、TIR 解读、并发症预防	售后常见问题（Er1 代码、校准）、操作视频脚本

向量数据库 + 知识图谱

“AI 智能服务体系”战略价值

Sinocare三诺

不仅仅是一个自动回复的‘机器人’
而是一个‘懂医学、懂产品’的 AI Agent

用服务带动内容，用内容反哺流量

01

GEO 意图捕获

用户问 AI 机器人的问题，就是最真实的 GEO 长尾关键词。我们将后台记录的这些提问，反哺到 SEO 关键词拓词策略中。

02

私域数据训练

通过用户反馈（点赞/点踩），
不断优化知识库，打造行业内最精准的“慢病问答模型”。

03

增加页面停留时长

互动式问答能显著增加用户在官网的停留时间，向百度释放“高质量网站”信号，提升 SEO 排名

三诺生物全网舆情管理方案



Sinocare三诺

火势大数据产品矩阵

基于火势大数据平台实时全网监测，全面综合分析，多维态势展示，重点舆情推送，突发事件预警帮助品牌了解传播途径，把握发展态势

舆情监测

全网数据监控
危机公关预警
舆情信息追踪
舆情走势分析

商情调研

最新政策解读
行业情报洞察
行业议题分析
专题研究报告

营销洞察

用户需求洞察
品牌分析洞察
投放效果追踪
营销活动分析

竞品分析

行业概况调研
竞品市场分析
竞品传播分析
竞品口碑分析

智火舆情监测系统产品架构

Sinocare三诺

火势商情大数据监测系统

产品层

舆情监测	商情调研	营销洞察	竞品分析
数据监测、舆情分析、预警推送、话题追踪等	行业情报洞察、政策解读、竞品商情调研	营销效果追踪、营销环境洞察、用户需求分析	竞品营销洞察、竞品传播分析、竞品口碑分析

后台管理层

产品管理后台	爬虫管理平台	算法管理平台	语料库管理平台
用户权限管理、功能设置、账号安全等	站点/自媒体发掘策略，反-反爬虫策略，采集规则设置	NLP设置，文本特征、曝光量、触达统计模型调参等	监测关键词/情感词库的更新、有效性检验等

功能实现层

监测站点库	自媒体库	中文语料库	预警分发库	数据安全中心
存储百万级网站和千万级自媒体资源	存储更新不同媒体平台的千万级自媒体号	不同行业/客户关键词/情感词等语料的存储	各渠道预警/推送信息的实时分发	数据的冗余管理/定期备份/防火墙等

数据底层

新闻　博客　论坛　微博　微信　APP资讯　知乎　小红书　脉脉　B站　抖音　快手　秒拍

问答类　平媒电子版　电商　长视频　电视台/广播电台

智火舆情监测系统优势

Sinocare三诺

覆盖国内100万万家以上的信源

1亿条日新增数据量，**100亿级**数据库存储量



微博、头条、抖音、小红书、知乎等**5000+万自媒体**

互联网新闻、论坛、博客、平媒、视频、微博与微信、手机APP、短视频、评论等

微博、微信 、贴吧、秒拍等社交媒体上视频、图像监测

覆盖200个+视频类网站：爱奇艺、芒果TV、搜狐视频、腾讯视频、央视网、优酷、PPTV聚力等

覆盖全网抖音，快手等19家主流的短视频媒体

主流媒体全视频抽帧

8亿+
短视频账号

14.7亿
微博账号

2400万+
微信公众号

20万+
媒体网站

3000万+
论坛

5000+
APP

火势舆情-舆情监测功能

Sinocare三诺

危机应对预案 & 应对策略支持，高效处理危机，从容化险为夷

危机应对预案

- 危机前：构建应对预案

应对策略支持

- 危机发生：第一时间策略支持
- 危机中：危机事件专项推送+危机事件舆情快报
- 危机后：危机复盘分析报告

危机监测

	汇报什么	汇报给谁	如何应对	危机善后/复盘
红色级别负面（吐槽、质疑等）		实时上报对接部门、分管领导 实时上报集团总经理、董事长 提供危机解决方案	1、成立危机小组，启动预案 2、依据危机严重程度上报 3、高层拟定正式声明并发布	✓ 监测后续传播情况 ✓ 各方态度、危机评估与总结
橙色级别负面（重点媒体报道）		实时上报对接部门和分管领导 提供舆情应对建议	1、7*24小时监测舆情进展 2、线下统一对外口径 3、线上撤稿、澄清事实、正向引导	
黄色级别负面（涉集团/高管）		实时上报对接部门	冷处理、舆论引导等	

危机解除

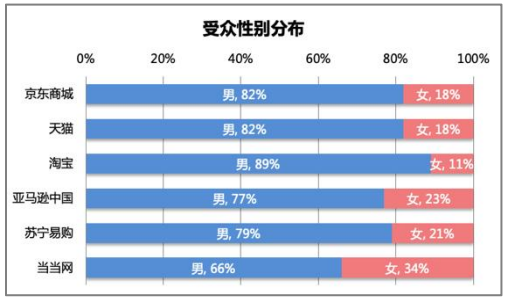
火势舆情-竞品监测功能

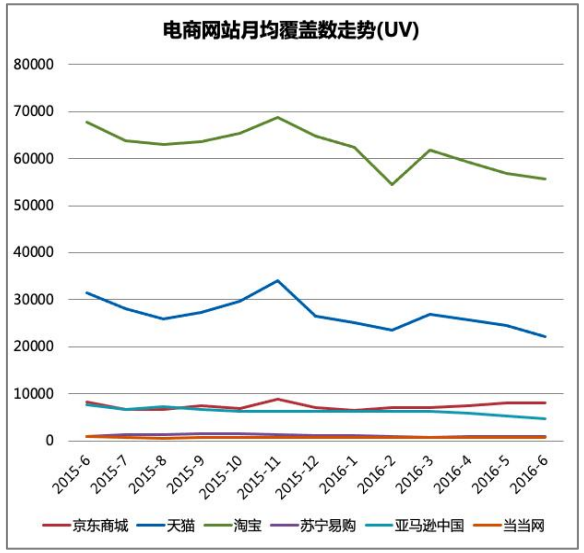
Sinocare三诺

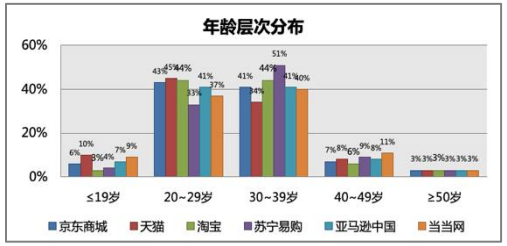
整合多方商业情报，透视竞争对手商业战略，
由专业分析师提供的商情&专项调研报告

竞品分析内容

- **竞品概况**：竞品市场动态、主要产品梳理
- **竞品市场分析**：市场占有率，价格，销量（下载量），潜客行为差异
- **竞品传播分析**：传播策略差异（传达信息点，近期营销互动，媒体阵地，传播效果）
- **竞品口碑分析**：口碑差异（热度/关注点、正负、哪里正哪里负）
- **结论与建议**







序号	京东商城		天猫		淘宝		苏宁易购		亚马逊中国		当当网	
1	北京	100.0	广东	31.7	广东	98.6	江苏	14.1	北京	19.0	北京	14.1
2	广东	77.5	北京	26.1	北京	88.0	广东	11.3	广东	16.2	广东	13.4
3	上海	52.8	浙江	19.7	浙江	84.5	北京	10.6	上海	12.0	上海	9.2
4	江苏	45.1	上海	18.3	江苏	70.4	上海	9.4	浙江	11.3	江苏	8.7
5	浙江	38.7	江苏	17.6	上海	56.3	浙江	9.2	江苏	10.6	浙江	8.5
6	四川	29.6	山东	12.7	山东	43.7	山东	5.8	山东	6.3	山东	7.0
7	山东	26.8	河南	12.0	河南	35.9	四川	5.6	四川	5.6	福建	5.6
8	湖北	22.5	四川	10.6	四川	34.5	福建	4.9	湖北	4.9	湖北	4.4
9	河南	19.7	湖北	9.9	福建	30.3	湖北	4.8	福建	4.2	河南	4.2
10	福建	18.3	福建	9.2	湖北	26.8	湖南	4.2	辽宁	4.1	四川	4.1

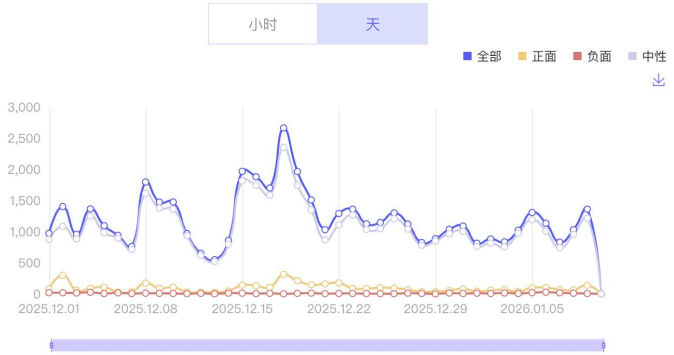
火势舆情监测系统展示

Sinocare三诺

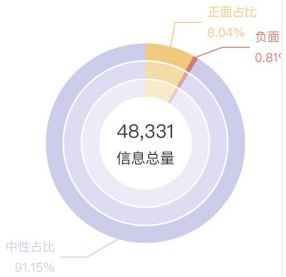
倾向性分析

在该事件发展进程中，共监测到正面信息3885条（占比8.04%），负面信息394条（占比0.82%），中性信息44052条（占比91.14%），中性信息占据比例最大。

倾向性趋势



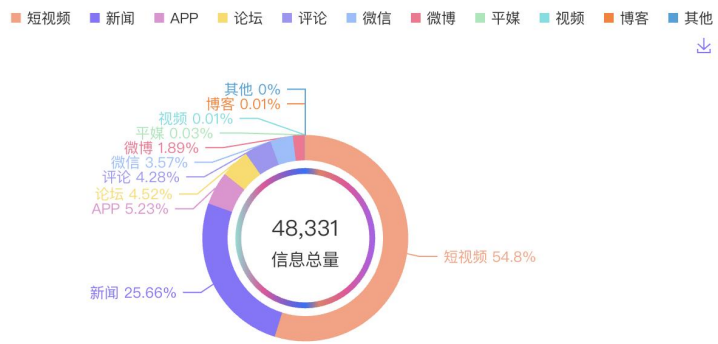
倾向性分布



媒体首发

媒体类型	发布时间	标题	发布媒体	作者
短视频	2025-12-01 00:13:02	三诺易巧血糖仪#中秋节 #国庆节 来大活动了，59就能测100次的血糖套装，无需条码，插上试纸自动开机，5秒快速出值，高清大屏显示，长辈用起来很顺手#血糖仪 #三诺血糖仪 #测血糖	抖音	悠悠甄选
评论	2025-12-01 00:28:00	我也是这个牌子，确实血糖值太离谱，一点也不准，忽高忽低，你换的什么牌子？	今日头条	多顺的时光
论坛	2025-12-01 00:32:11	三诺血糖仪精准使用方法：旗舰店视频教程详解	百度贴吧-埃得拉吧	百度用户#8933044258
新闻	2025-12-01 01:16:00	想精准掌控每日健康？这份家用血糖监测指南别错过，掌握其中秘诀，让你在家也能轻松监测血糖，守护健康	百度百家-文章	米粒健康
微信	2025-12-01 06:42:42	A股指数大换血（清单）！新质生产力成核心风向标	微信	六六说投资
APP	2025-12-01 09:14:00	三诺生物11月28日获融资买入748.67万元，融资余额3.98亿元	搜狐新闻-搜狐新闻	新浪财经
微博	2025-12-01 11:06:13	20251128指数成分股调整，沪指及全市场指数的12.12日生效，深指生效日12.15日	新浪微博	新·小卡拉·米
平媒	2025-12-09 04:03:50	医疗数智化建设驶入快车道 机构看好概念股成长空间	证券时报-A008	刘俊伶
视频	2025-12-19 18:40:00	人和修勾猫咪都能吃的控糖餐，适合大吨位宝贝 1. 无糖酸奶选择无代糖酸奶，补充蛋白质的同时，保持猫咪和主人的控糖平稳2. 三文鱼优质蛋白支持猫咪的肌肉代谢，让主人身体也更平静，控糖稳定友好3. 白煮蛋蛋白减少饥饿感，减少碳水冲动，蛋黄对小猫肝好，让咪咪更健康#控糖#科学养宠攻略 #萌宠出道计划 #三诺讲糖 #三诺血糖仪	搜狐视频	小狐狸439414911

媒体分布



热词词云

通过对热词词云的分析，可以发现媒体和网民对于该事件主要关注“三诺、三诺生物、银碳、酒精棉片、家用血糖仪”等信息。



舆情管控策略：建立完善的舆情应对部署机制

Sinocare三诺

1 应对吐槽情绪维稳

维　　稳

重点监测社交媒体平台

实时对冲补充正面内容

储备话题/内容库随时应对

管控策略：素人对冲

管控时效：实时见效

占位时效：实时见效

2 自媒体恶意传播抑制

溯　　源

重点监测分布平台

媒体溯源，从源头解决

申诉撤稿/发函源头解决

管控策略：申诉撤稿+发函

管控时效：3–7天降低舆情量

3 主流媒体快速稀释

稀　　释

发稿快速稀释，技术手段加权占位

协助撤稿，利用高质量内容快速占位

诉撤稿/发函源头解决

管控策略：二类媒体：
30%–60%撤稿

占位时效：5–7天获取排名占位

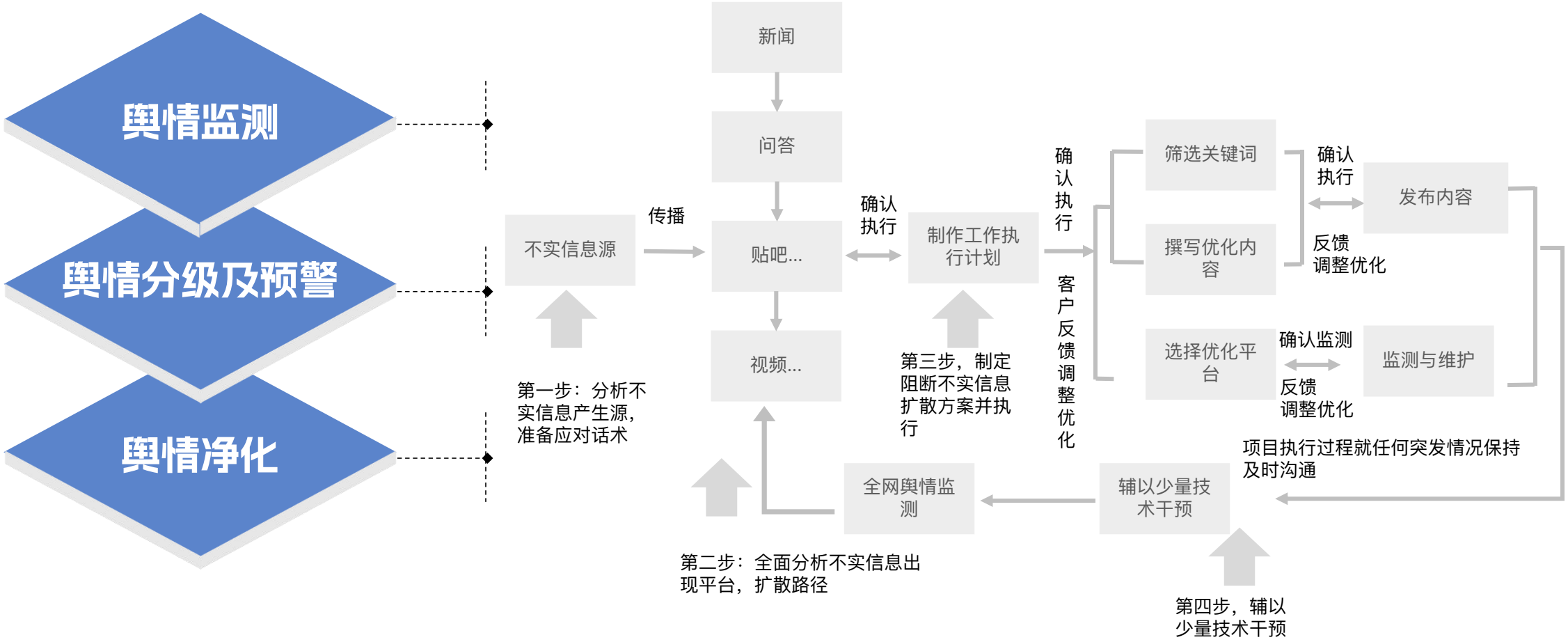
舆情管控策略：突发舆情配合及执行流程

Sinocare三诺

- 突发危机配合流程--建立完善舆情预防机制，及时干预发生错误解读/不实信息

✓ 干预方法：

主要为舆论引导，搜索引擎信息干预，辅助少量的技术降权手段，配合投诉及沟通处理。



三诺生物
项目执行规划



三诺生物项目年度执行规划

Sinocare三诺

全球领先的糖尿病数字管理专家

阶段	修内功 （一季度）	造声势 （二季度）	抢地盘 （三季度）	收果实 （四季度）
目标	修复官网技术漏洞， 完成 GEO 结构化代码部署， 建立知识库雏形	内容量产，主攻 CGM（三诺爱看）核心词， 喂养 AI 大模型	针对 AI 反馈进行微调， 挤压竞品份额，提升长尾词排名	巩固年度成果 输出行业报告
核心动作	【技术侧】 ›官网移动端/速度深度诊断与修复 ›全站 Schema 结构化数据部署 ›产品页面全面改造 ›新增“控糖百科”栏目建设 ›死链清洗、Sitemap 提交、URL 规范化 … 【内容侧】 ›建立《三诺语义资产表》与关键词矩阵 ›完成 基础 FAQ 铺设 ›控糖百科首批50+科普内容 ›媒体平台结构化内容生产 ›权威媒体内容传播 …	【内容侧】 ›控糖百科科普内容（持续输出） ›FAQ 内容输出 ›媒体平台结构化内容生产 ›官方自媒体平台运营 … 【生态侧】 ›权威媒体传播，建立共识验证 ›知乎/百度问答传播 …	【GEO侧】 ›AI 幻觉专项测试与纠错 ›针对“竞品对比词”进行饱和式内容覆盖 … 【数据侧】 ›官网自然流量数据分析 ›官网用户体验迭代优化 … 【内容侧】 ›控糖百科科普内容（持续输出） ›FAQ 内容输出 ›媒体平台结构化内容生产 ›官方自媒体平台运营 …	【转化侧】 ›双11 预热，高转化意图词（价格/优惠）霸屏 ›舆情高频监控与压制 （防止大促期间负面干扰） … 【品牌侧】 ›发布《2026 年度糖尿病数字管理白皮书》（内容资产沉淀） ›年度项目复盘与 2027 规划 … 【内容侧】 ›控糖百科科普内容（持续输出） ›FAQ 内容输出 ›媒体平台结构化内容生产 ›官方自媒体平台运营 …
	全网舆情监测，并针对不实信息进行内容维护 （火势舆情监测系统）			
	周报/月报/阶段复盘			

三诺生物项目服务团队

Sinocare三诺

战略层

项目总监

10年+数字营销经验 | 百度/AI 搜索资深专家

负责三诺生物 2026 年度策略总控，定期参与季度复盘会，把控 SEO、 GEO、舆情管理 的战略融合方向。

管理层

项目高级经理

对接三诺生物市场部，把控项目进度，协调内部技术与内容团队，周/月报统筹、三审三校流程把关，确保 KPI 达成

执行层

技术组

SEO/GEO 策略师： 制定关键词策略、输出诊断报告、定义 Schema 规则。
AI 算法分析师： 负责 Prompt 调优、AI 幻觉测试、知识库训练。
Web 前端/后端工程师：负责官网 MIP 移动端适配代码修改、JSON-LD 结构化数据部署、CMS 后台功能开发（如新增“百科”栏目）等

内容组

合规专员： 把控内容的医学准确性、合规性。
资深文案： 撰写 SEO 软文、FAQ 脚本、品牌公关稿。
UI/视觉设计师：官网落地页改版设计、GEO 结构化图表设计（让数据对比更直观）、百科频道 UI 优化、小红书/知乎科普长图制作。

媒介组

媒介经理： 权威媒体（丁香园/39健康）发稿、外链建设。
舆情分析师： 7x24h 负面监测、竞品数据分析、月报数据复盘。

关于智火



15
年行业经验

30
多项行业奖项

79
人服务团队

1000
多家品牌客户

1500
多服务案例

ABOUT

智火成立于2011年，是一家以内容为核心的整合数字营销机构。总部位于上海，在南京、徐州、北京等设有分公司。

为了更好地满足客户需求，智火基于生态式服务理念推出了整合营销、GEO、搜索营销、品牌声誉管理、内容种草等服务内容，赋能企业从品牌塑造到业务增长。

多次荣获行业内容营销奖项

TBI Top Brand Innovation

TBI 杰出品牌创新奖

LEADING MARKETING AWARDS 金势奖

年度最佳服务机构奖

ADMEN INT. AWARDS 广告人国际大奖

年度内容营销服务机构

Golden Mouse 金鼠标

最具影响力品牌

iRESEARCH 金瑞营销奖 MARKETING AWARDS 2022

年度最佳内容营销案例奖

金牛奖 TAURUS AWARD

最佳内容营销奖

TIGER ROAR AWARD 虎啸奖™ TIGER ROAR AWARD

数字营销虎啸奖

Topdigital

Topdigital 整合营销奖

DMAA 数字营销奖 DIGITAL MARKETING ANNUAL AWARDS

DMAA 数字营销奖

TMA Top Mobile Awards

年度最具创新力移动营销公司

软著证书

智火在技术领域持续投入，荣获多项软件著作版权证书



质量管理体系证书

ISO9001认证证书



质量管理体系认证证书

（证书编号：CSCC24Q10050R0S）

兹证明

上海智火信息科技有限公司

统一社会信用代码：91310110350940748P

注册地址： 上海市杨浦区民京路 853 号 1 幢 4054 室

经营地址： 上海市杨浦区隆昌路 619 号 8 号楼中区 A01

所建立的管理体系，经审核符合：GB/T19001-2016 idt ISO9001:2015

管理体系覆盖范围：

网络技术服务，企业营销策划

首次发证日期：2024-01-10

本次发证日期：2024-01-10

证书有效日期：2027-01-09

监督贴标处 | 监督贴标处 | 监督贴标处



Certificate of Quality Management System

（Certificate number：CSCC24Q10050R0S）

In witness whereof

Shanghai Zhihuo Information Technology Co., Ltd

Unified Social Credit Code: 91310110350940748P

Registered address: Room 4054, Building 1, 853 Minjing Road, Yangpu District, Shanghai

Business address: A01, Middle Section, Building 8, 619 Longchang Road, Yangpu District, Shanghai

Management System in line: GB/T19001-2016 idt ISO9001:2015

Certification Coverage:

Internet Technology Services, Enterprise Marketing Planning

Date of first issue: 2024-01-10

Date of issue: 2024-01-10

Effective date: 2027-01-09

Supervision labeling office | Supervision labeling office | Supervision labeling office

服务团队

专业的执行团队负责项目落地，平均行业年限5年+

策略 8人 + **内容** 52人 + **技术** 19人

策略团队

策略总监
创意策划

营销团队

项目经理
媒介经理
GEO分析师
SEO分析师
投放分析师

文案团队

文案策划
文案编辑

设计团队

平面设计师
插画师
网页设计师

视频团队

导演
制片
摄影
后期

技术团队

产品经理
前端工程师
后端工程师

Z H I

以内容为核心
全域营销机构

H U O

服务内容

为企业提供全链路整合营销推广服务，迅速铺开品牌声量，提升品牌知名度和影响力



搜索整合营销

- 官网SEO
- 品牌SEO
- 社媒SEO
- GEO



企业声誉管理

- 舆情监测
- 危机公关
- 声誉维护



社媒运营

- 抖音运营
- 小红书运营
- 微信运营



视频拍摄

- 宣传片
- 短视频
- 品牌短剧



软件开发

- 品牌官网建设
- 小程序开发
- 定制软件开发

服务方法论

构建数据驱动的智能营销闭环

API

Assess
洞察评估

Plan
方案落地

Implementation
标准执行

A-洞察评估

平台工具迭代

排名啦	火势商情	词爪	对列排行	Granking
SEO排名 监测系统	全网舆情 监测系统	内容合规 检测系统	短视频影响力 洞察系统	AI平台品牌 影响力洞察系统

P-搜索优化策略

传统SEO

传统SEO策略体系
技术驱动精准流量

技术基建优化

- 网站备案与认证
- 移动体验优先
- 结构化数据适配
- 安全性与稳定性

内容架构策略

- **关键词金字塔模型**
  品牌词+核心品类词+场景需求词+长尾词
- **内容生产铁律**
  时效性权重/权威性信号、内容深度、用户行为优化

链接建设生态

- **权威外链获取**
  置换高权重外链资源
- **内链流量分发**
  长尾内容中嵌入3-5个站内链接，降低跳出率

P-搜索优化策略

品牌SEO

品牌SEO策略框架

心智占领与信任构建

品牌声誉防御体系

- **搜索结果页（SERP）占位：**
  同步优化官网、百科、新闻稿、社交媒体账号，垄断品牌词搜索
- **舆情危机拦截：**
  部署AI舆情工具，实时监控品牌+负面词组合

品牌内容矩阵设计

- **故事型：**
  新闻/活动/纪录片
- **证据型：**
  案例/成绩
- **思想领导：**
  行业报告/白皮书/高管观点
- **业务型：**产品/服务

用户体验信任链

- **EEAT强化：**
  经验、专业、权威、可信度
- **全链路安全感设计：**
  服务承诺/行业认证/安全认证

P-搜索优化策略

社媒SEO

社媒SEO策略模型
社交信号驱动搜索排名

LCSM四步闭环模型

倾听
(Listening)

监控社媒关键词：
如产品痛点词+吐槽

内容
(Content)

社媒适配原则：
小红书主推视觉冲击产品图；
抖音侧重3秒钩子+场景痛点
解决方案

社交
(Socialize)

KOC（关键意见消费者）
分层运营：
头部KOL造势+素人UGC扩散

测量
(Measure)

核心指标：
社媒内容→跳转率、品牌词搜索
增长率、UGC关键词自然排名

P-搜索优化策略

“GEO–ICBM”内容模型

G

Goal & Gap
目标与差距分析

基于业务目标与数据洞察，
明确内容建设的目标与现状差距。

E

Entity & E–E–A–T
实体与权威构建

围绕核心语义实体，
规划具有E–E–A–T特质的内容。

O

Orchestration
多模态内容编排

根据用户旅程（认知–考虑–决策–忠诚），
编排不同模态的内容组合。

I

AI–powered Production
AI驱动生产

利用AI工具矩阵，实现规模化、
高效率的内容创作

C

Channel & Distribution
渠道与分发

为不同内容匹配最合适的自有、
赢得、付费媒体渠道。

B

Boost with SEO
SEO技术赋能

从关键词、代码、体验全方位优化，
确保内容能被精准发现。

M

Measure & Iterate
度量与迭代

建立数据闭环，以效果为导向持续
优化内容策略。

I-传统搜索引擎优化流程（KCWO)

执行落地路径

KCWO搜索优化方法论

Keywords	Craft	Website	Optimization
关键词分析	内容铺设	网站发布	优化提升
结合品牌、产品以及搜索引擎的搜索趋势和竞争难易度进行关键词的拓展和研究	综合媒体、自媒体、官网等UGC、PGC内容，基于目标关键词进行植入，进行信息铺设	门户站点、垂直站点以及权重较高的综合站点，有利于搜索引擎的收录	针对已发布的内容进行监测和优化，持续优化内容在搜索结果中的排名位置

搜索引擎优化的重要因素

发布平台	内容质量	排名监测	外部优化
百度系、权重、UGC等	SEO关键词植入	定期检查实时优化	外链建设
发布平台依据优化目标关键词及搜索引擎平台喜好，进行平台选择，有助项目效果优化	整篇进行SEO关键词的植入，提升关键词密度，内容原创度超过80%以上	借助工具进行排名占位及用户关注监测，提升整体关键词优化动态	针对排名靠前关键词进行外部链接优化提升整站SEO排名占位

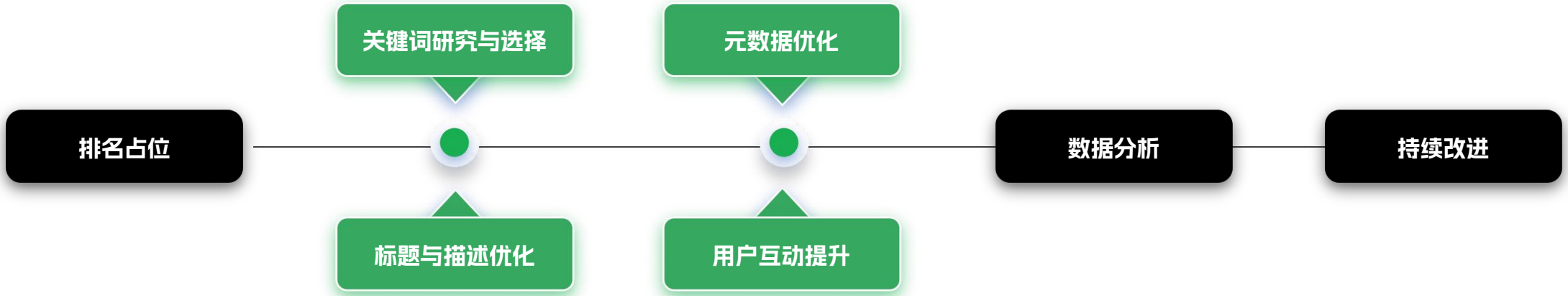
I-社交媒体搜索优化流程（KCKO）

执行落地路径

KCKO搜索优化方法论



社交媒体优化的重要因素



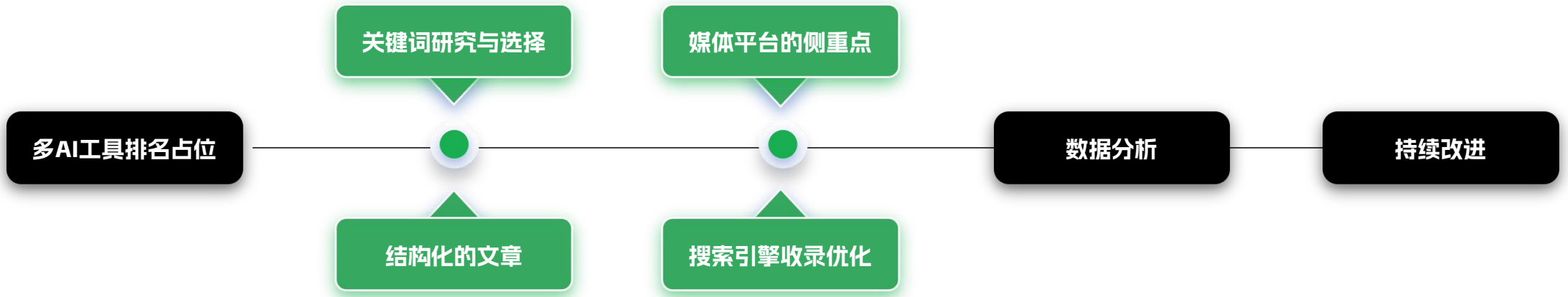
I-AI搜索优化流程（S^2M^3）

执行落地路径

GEO优化方法论



GEO 优化的重要因素



服务保障

智火在内容管理、任务交付、合规管理三个层面研发了多款系统，制定了严谨的作业流程，在合作中尽全力为客户提供可靠服务和最大保障

01

内容中台管理

自研系统集成了从文件管理、权限控制到内容工作流等一站式管理

02

数字化交付

客户在智火交付系统中可即时看到合作项目的每一份工作产出，验收执行结果

03

合规保障

智火自研合规检测系统并拥有经验丰富的合规专家团队

内容中台管理

集成了从文件管理、权限控制到内容工作流等一站式管理，为企业提供了更高效的内容管理方案

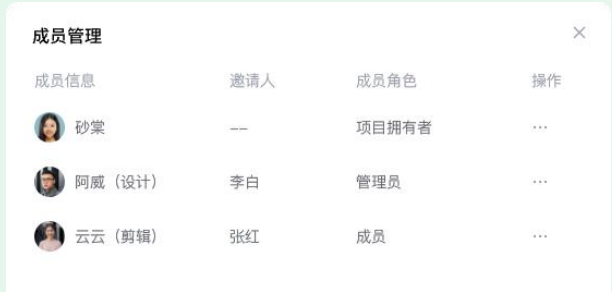
文件管理

基于项目制逻辑，统一整理、归档、共享文件



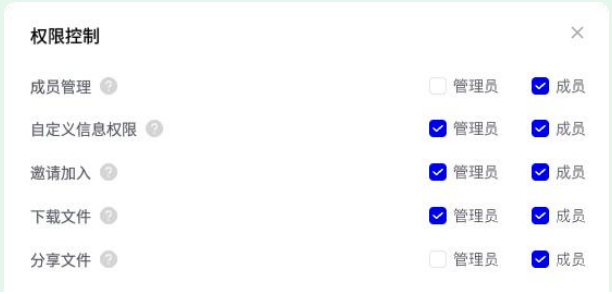
成员管理

分层管理项目人员权限，让工作推进更轻松



权限控制

支持下载、复制、分享等多维度的成员权限管理功能



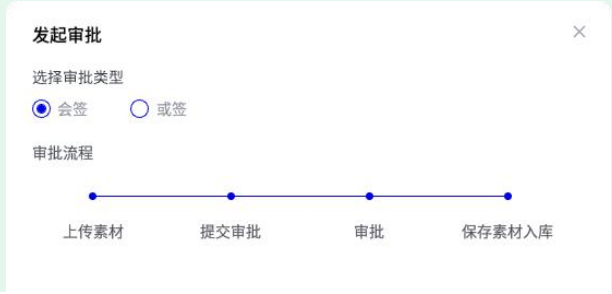
工作流

通过透明的工作流程，实时协作以快速完成工作



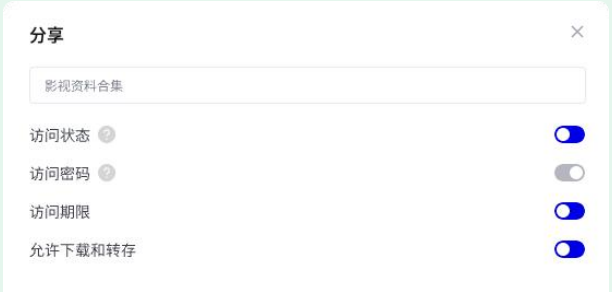
审核管理

快速发起内容审批，对数字资产进行校对和批准



分享管理

可支持多方同时线上预览、审阅，设置分享链接



数字化交付

通过自研的数字化交付平台，客户可即时看到合作项目的每一份工作产出，验收执行结果

项目查看

概览项目全貌，掌握项目整体情况



项目计划

查看任务计划，便捷把控项目进度



文件审批

多人协作在线文档，快速审批提升效率



会议纪要

查阅项目会议记录，协同推进项目



项目报告

汇总项目服务报告，查阅项目阶段进展



文件验收

线上审核项目文件，轻松验收项目成果



合规保障

自研合规检测系统并拥有经验丰富的合规专家团队

01

版权合规

对音视频、图片、字体等媒体素材
进行版权审查，保证商用不侵权

02

广告合规

对品宣物料中宣传用语进行广告法和
不正当竞争法审查，规避违禁语

03

平台合规

根据抖音、小红书等各类媒体平台
规则进行内容审查，避免发布违规

04

行业合规

针对特定行业，如金融、母婴等，
结合监管规定，开展专项合规审查



首席合规官

Chief Compliance Officer

岗位能力培训证书

Post Ability Training Certificate

赵兴军 学员：

于2023年，参加**首席合规官课程**，修满规定课程模块，具备相应岗位能力，颁发此证。

has successfully completed the prescribed course modules of the Chief Compliance Officer Course, and has the corresponding post ability.

中国中小企业协会

China Association of Small and Medium Enterprises

2023年5月

5/2023

证书编号：CCO202305200109

Certificate No.

服务客户

在变革时代智火携手客户持续成长

3000+
品牌客户

5000+
成功案例

30+
行业类目



服务案例分享-教育品牌

英孚教育：EF英孚教育搜索整合优化解决方案

项目背景

客户名称： EF英孚教育 (center.ef.com.cn)

所属行业： 成人/少儿英语培训

核心挑战： 在流量红利见顶的当下，如何稳固传统搜索排名，并率先抢占AI搜索（GEO）的推荐红利

解决方案

SEO + GEO 双轮驱动策略：

SEO端： 技术结构优化 + 高权值关键词覆盖，筑牢流量护城河。

GEO端： 针对AI大模型进行语料投喂与品牌资产建设，提升AI回答的引用率与推荐率。

效果说明

1、行业地位： AI搜索提及率（GEO）行业排名 No.1

2、流量规模：流量提升5倍+，日均17000+

3、行业关键词排名数量达到900+

4、网站权重提升到4

5、全年官网内容建设2000篇+



服务案例分享-教育品牌

英孚教育：EF英孚教育搜索整合优化解决方案

构建垂直领域权威语料库

动作： 增设「英语学习/行业资讯」高权重专栏

执行逻辑：

- **高频更新：** 保持高频次的优质内容输出，确保搜索引擎与AI爬虫的抓取活跃度。
- **痛点覆盖：** 内容紧贴用户搜索意图（如“商务英语怎么学”），精准命中长尾流量。
- **结构化投喂：** 按照AI大模型偏好的结构撰写内容，使内容更易被AI理解和拆解。

转化机制：从SEO收录到GEO推荐

第一步：SEO收录（入库）

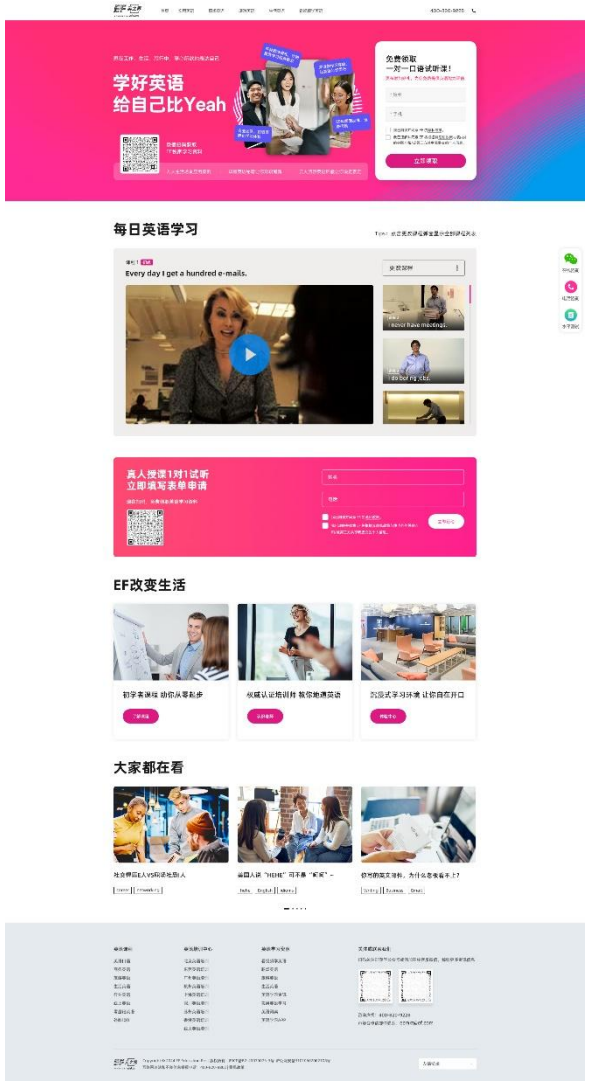
通过资讯专栏承载大量长尾关键词，快速提升网站整体收录量

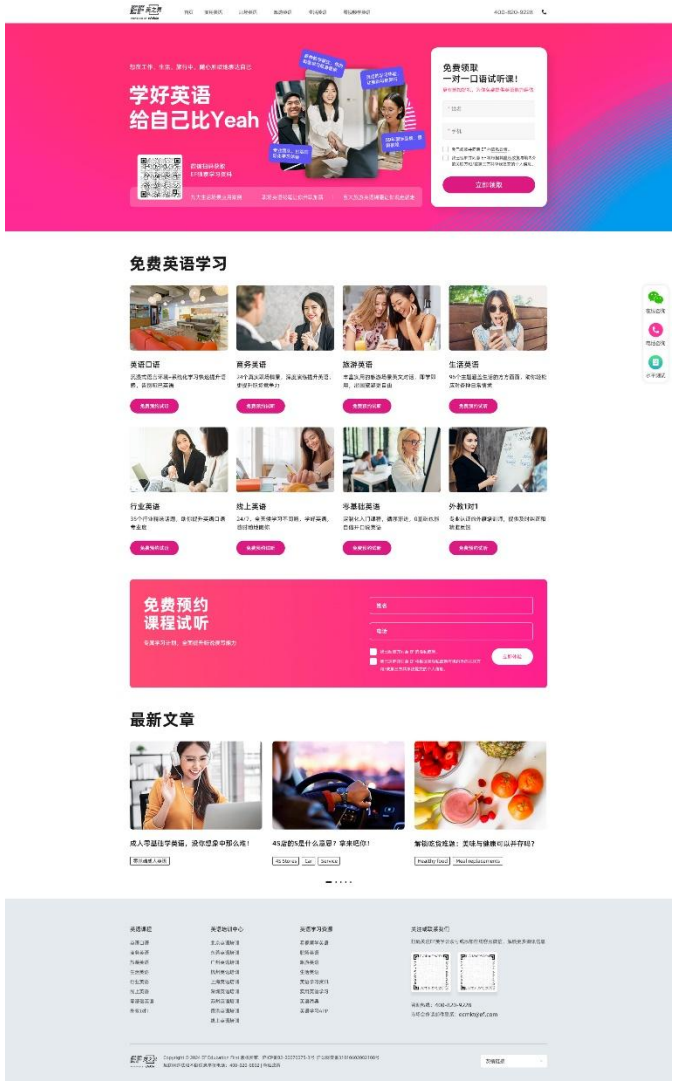
第二步：权威性建立（信任）

高质量内容被搜索引擎判定为“高价值信息”，从而赋予页面高权重。

第三步：GEO引用

当AI在全网检索答案时，优先调用EF官网的高权重内容作为“事实依据”，从而实现5.2%的高引用率。





服务案例分享-教育品牌

英孚教育：EF英孚教育搜索整合优化解决方案

成果验证

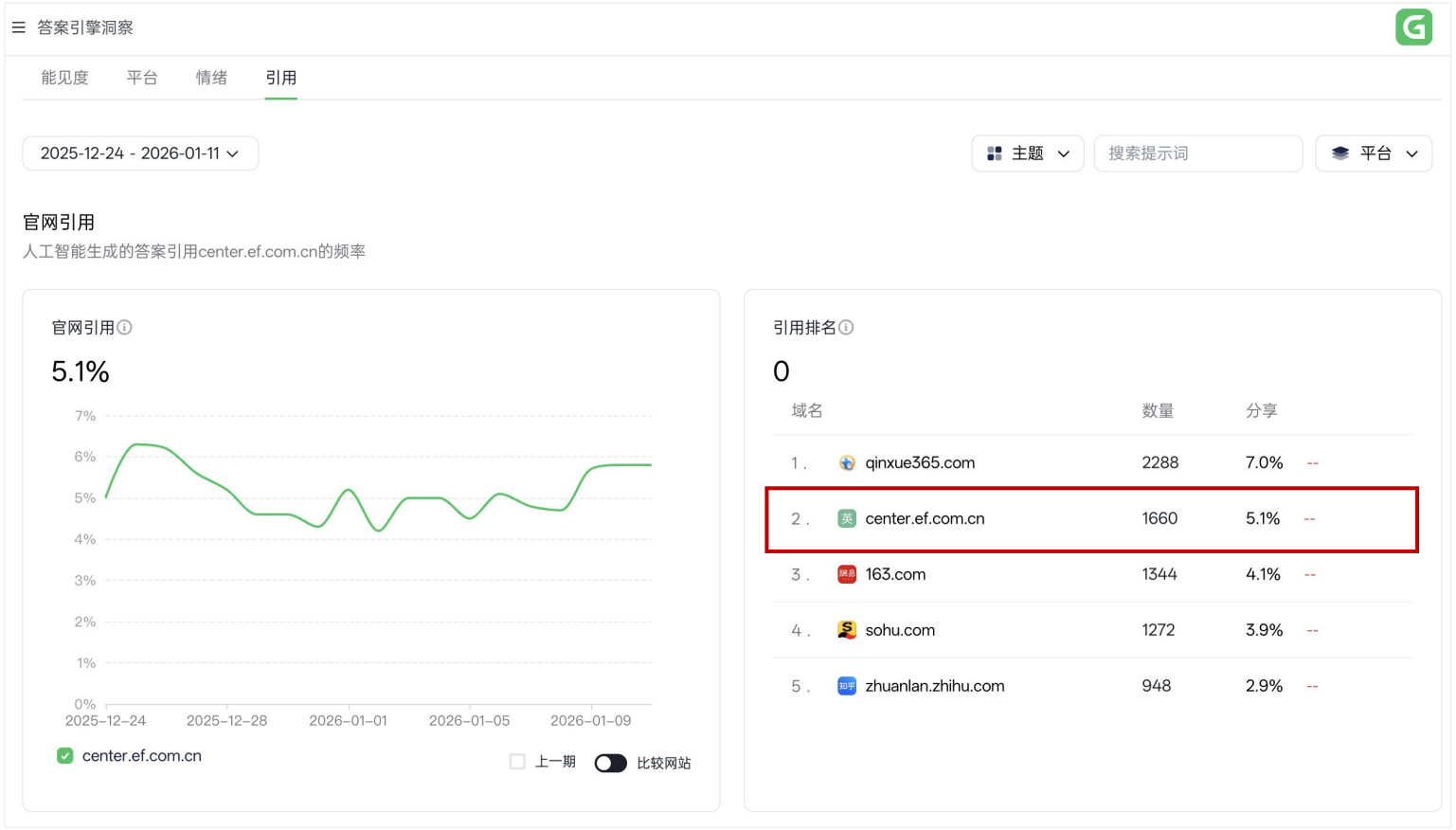
重塑官网价值：超越门户的公信力

击败通用门户：

依靠垂直内容的专业度，EF官网的引用权重超越搜狐、网易及知乎专栏。

效果说明：

证明在“英语教育”这一垂直赛道，AI算法认为EF官网的内容比新闻门户更专业、更值得信赖，因此优先将其作为答案来源。



服务案例分享-医疗器械

直观复星：GEO营销

项目背景

客户：直观复星

产品： 达芬奇手机器人

目标： 在高精尖医疗器械领域，建立AI认知的“行业标准”地位。



解决方案

语料库建设：将学术论文、技术白皮书转化为AI大模型可读的结构化数据

医疗垂直知识图谱：优化技术参数与手术术式的关联逻辑，让AI深刻理解达芬奇的技术壁垒

实施“品类即品牌”占位策略：强力绑定“手术机器人”这一通用行业词，让AI算法形成“手术机器人 = 达芬奇”的固有认知

效果说明

1、行业地位： AI搜索综合提及率55%+，行业排名 No.1

2、AI搜索综合平均排名1.9名，位居行业第一

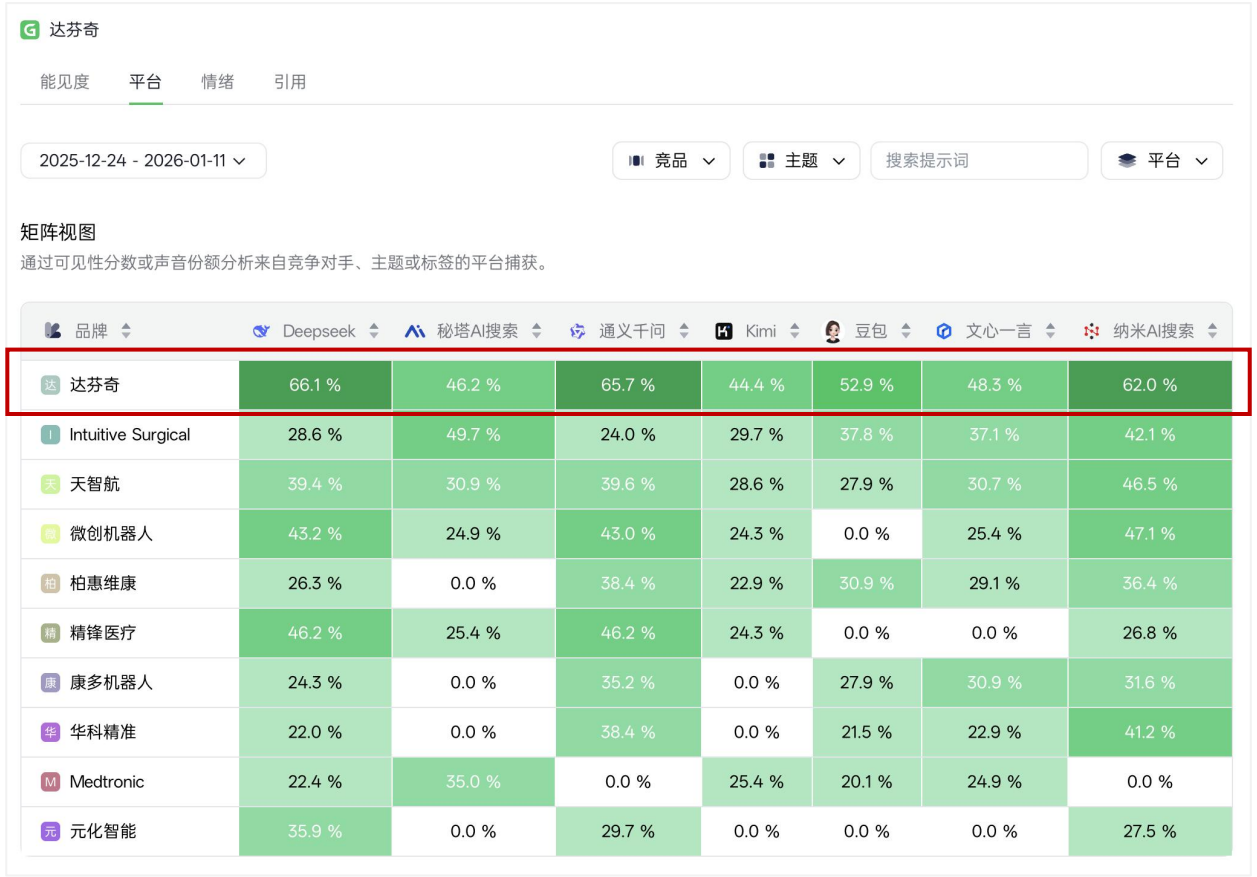
服务案例分享-医疗器械

直观复星：GEO营销

AI搜索品牌综合提及率



分平台AI搜索提及率



品牌	Deepseek	秘塔AI搜索	通义千问	Kimi	豆包	文心一言	纳米AI搜索
达芬奇	66.1 %	46.2 %	65.7 %	44.4 %	52.9 %	48.3 %	62.0 %
Intuitive Surgical	28.6 %	49.7 %	24.0 %	29.7 %	37.8 %	37.1 %	42.1 %
天智航	39.4 %	30.9 %	39.6 %	28.6 %	27.9 %	30.7 %	46.5 %
微创机器人	43.2 %	24.9 %	43.0 %	24.3 %	0.0 %	25.4 %	47.1 %
柏惠维康	26.3 %	0.0 %	38.4 %	22.9 %	30.9 %	29.1 %	36.4 %
精锋医疗	46.2 %	25.4 %	46.2 %	24.3 %	0.0 %	0.0 %	26.8 %
康多机器人	24.3 %	0.0 %	35.2 %	0.0 %	27.9 %	30.9 %	31.6 %
华科精准	22.0 %	0.0 %	38.4 %	0.0 %	21.5 %	22.9 %	41.2 %
Medtronic	22.4 %	35.0 %	0.0 %	25.4 %	20.1 %	24.9 %	0.0 %
元化智能	35.9 %	0.0 %	29.7 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	27.5 %

服务案例分享-医疗健康

平安健康：GEO营销

项目背景

客户：平安健康

行业：AI医疗

目标：提升平安健康在AI医疗相关搜索下的品牌曝光，塑造品牌行业地位

解决方案

核心策略：“行业白皮书”构建AI医疗话语权

动作：策划并发布《中国AI医疗行业发展白皮书》，基于白皮书构建平安医疗的内容策略，拆解为结构化数据进行内容传播

价值：让平安健康成为AI认知中的行业标杆案例

效果说明

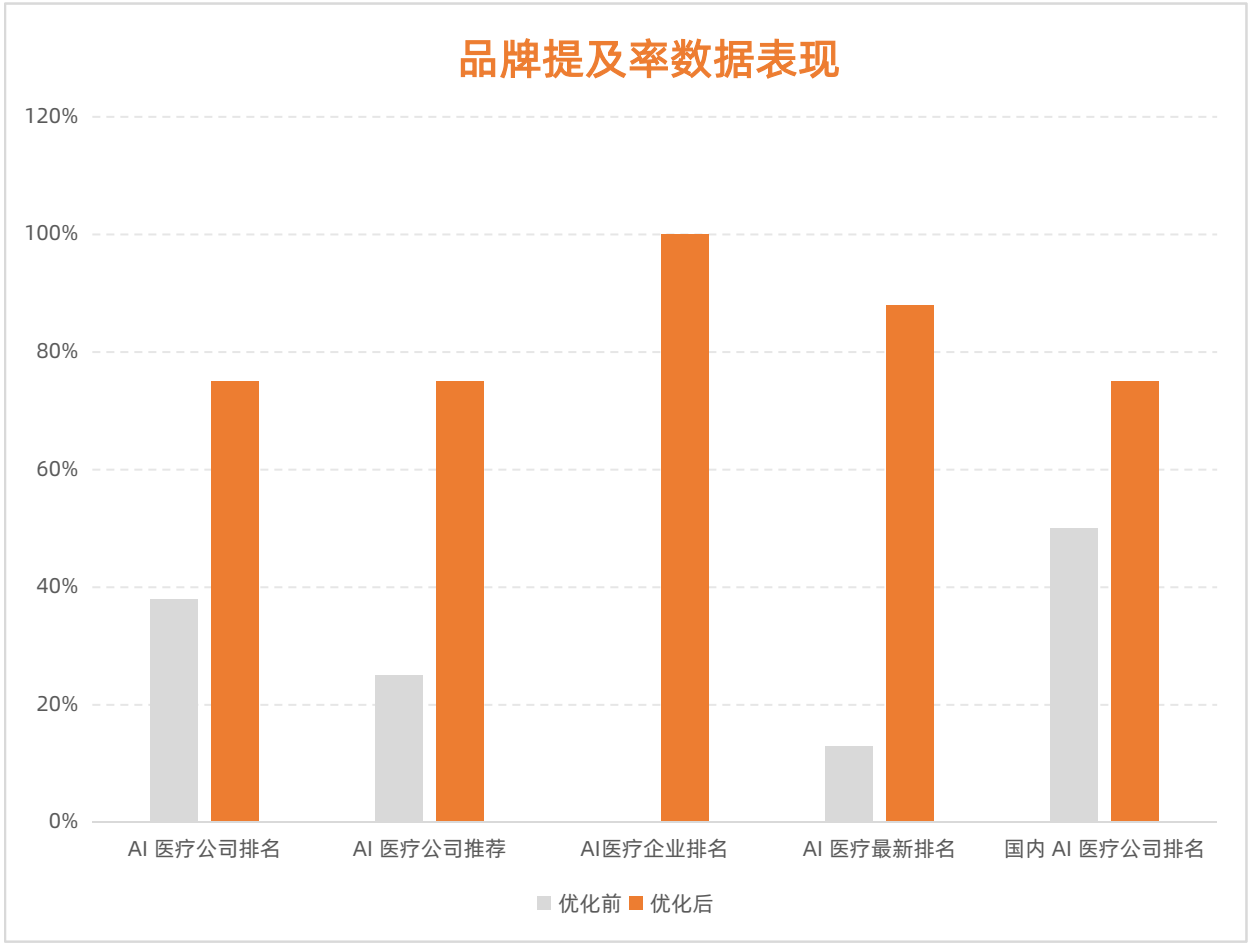
AI医疗相关核心关键词品牌提及率提升至75%+



服务案例分享-医疗健康

平安健康：GEO营销

品牌提及率数据表现



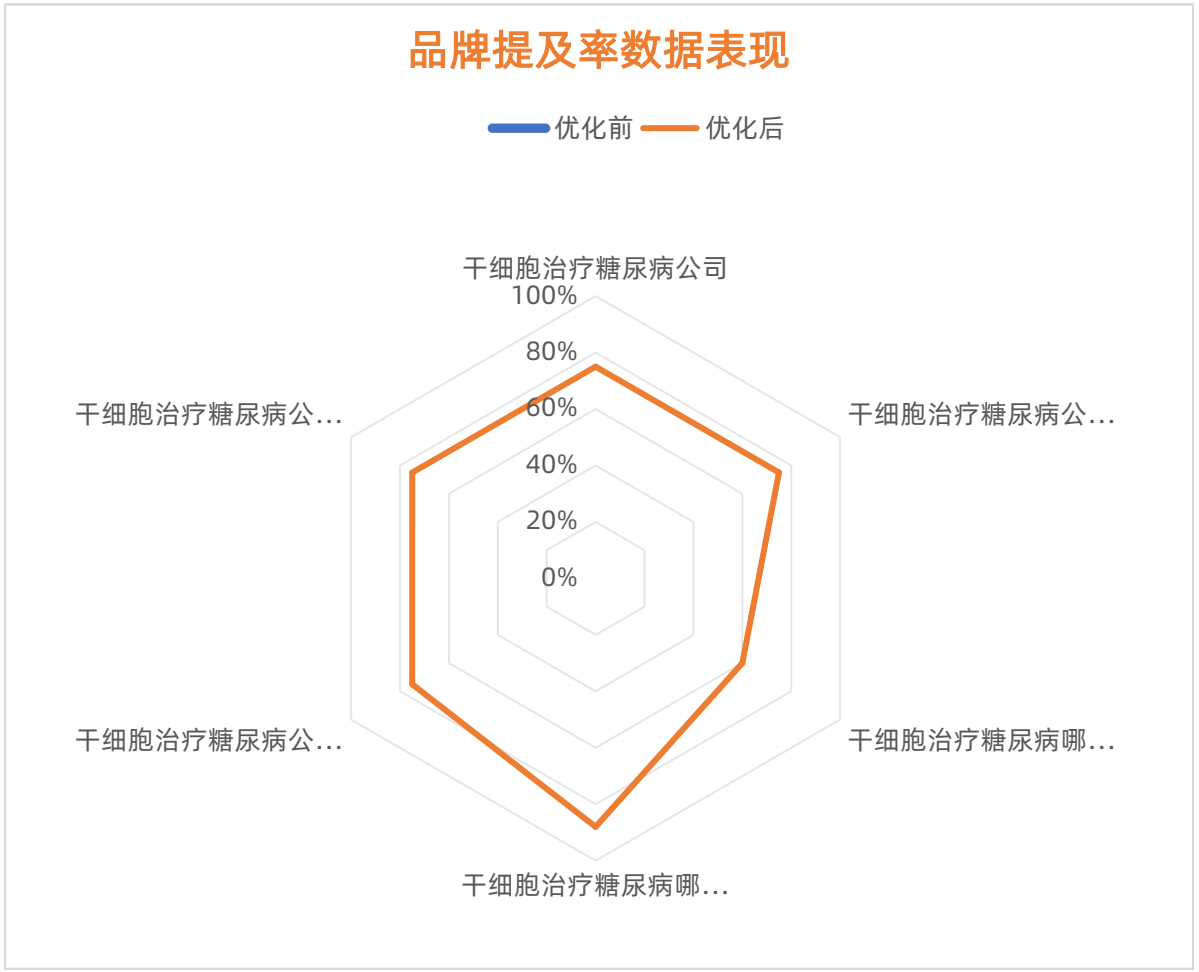
2025中国AI医疗行业白皮书



服务案例分享-医疗服务

杭吉干细胞：GEO营销

品牌提及率数据表现



AI搜索结果排名效果截图



服务案例分享-科技品牌

霍尼韦尔：GEO营销

项目背景

客户：霍尼韦尔

产品：护眼灯

目标：建立AI认知的行业地位

解决方案

核心策略：基于“沙利文市场地位确认”的GEO事实构建

GEO策略：AI大模型在处理冲突信息时，通过“权重排序”来决定输出结果。沙利文作为全球顶级咨询机构，其出具的“数据认证”在AI算法中拥有极高的置信度。将“霍尼韦尔 = 销售额/销量双第一”这一信息，作为“不可辩驳的事实”写入AI的知识图谱

效果说明

行业词搜索品牌平均提及率**≥85%**



服务案例分享-科技品牌

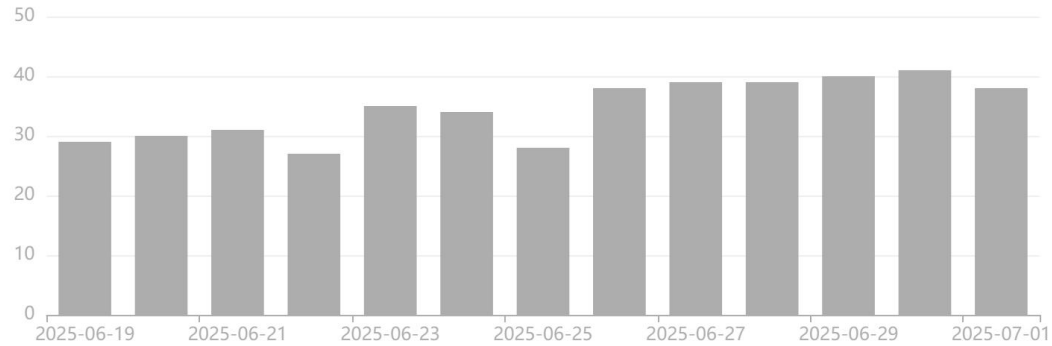
霍尼韦尔：GEO营销

市场地位声明

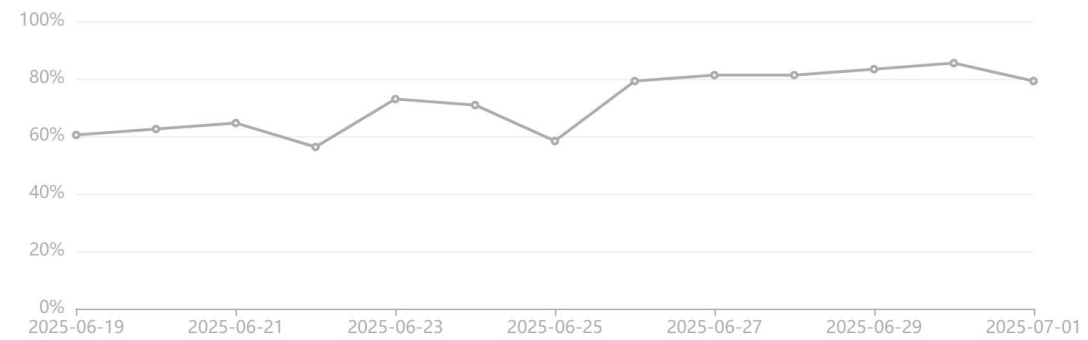


关键词提及率数据表现

关键词总提及数效果趋势图



关键词总提及率效果趋势图

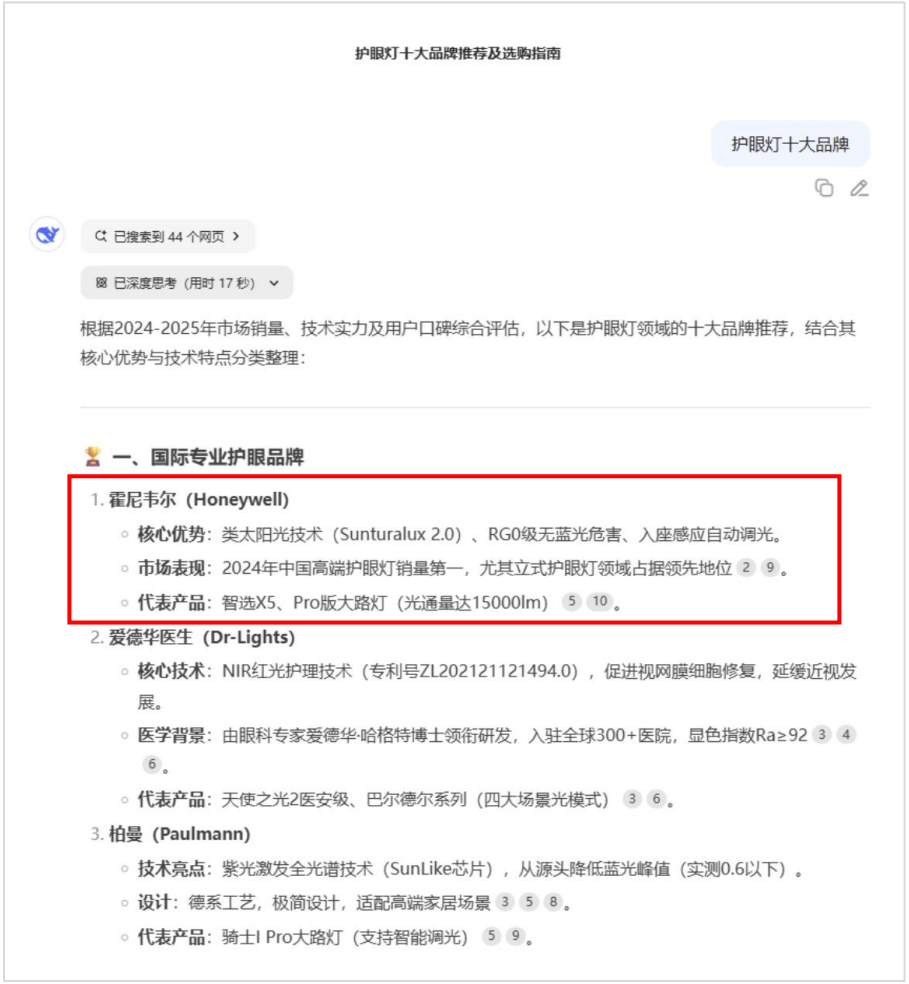


服务案例分享-科技品牌

霍尼韦尔：GEO营销

效果截图示例





服务案例分享-厨房电器品牌

老板电器SEO：搜索引擎+社交媒体搜索优化维护

-品牌词数据概览-

搜索结果–品宣率（优化前后对比）

平台	优化前	优化后	正面优化	IWOM
百度	90%	100% 10%↑	20	–
小红书	95%	100% 5%↑	15	–
微信	96%	98% 2%↑	10	–
知乎	95%	98% 3%↑	18 5个（热门问题）	–
抖音	95%	98% 3%↑	20	9 （下拉词）

评论区–品宣率（优化前后对比）

平台	优化前	优化后	发布数量
小红书	94%	100% 6%↑	300
抖音	96%	100% 4%↑	400
知乎	96%	100% 4%↑	200

-行业词数据概览-

搜索结果–提及率（优化前后对比）

平台	优化前	优化后	正面优化
小红书	2%	10% 8%↑	36
抖音	6%	15% 9%↑	65

下拉框–提及率（优化前后对比）

平台	优化前	优化后	正面优化
小红书	0%	5% 5%↑	5
抖音	0%	5% 5%↑	5

-月度优化效果-

1.品牌词

搜索结果： 百度、小红书、微信、抖音、知乎共发布文章 **150篇**，已有**83条**内容获取搜索结果TOP10占位，**品宣率提升均值为5%**

尾翼： 小红书、抖音、知乎共计发布尾翼**900条**，**品宣率提升均值为5%**

2.行业词

搜索结果： 小红书、抖音共发布文章**60篇**，已有**101条**内容获取搜索结果TOP10占位，**提及率提升均值13%**

下拉词： 小红书、抖音共优化成功**10个下拉词**，累计在线**62天**，**下拉框提及率提升均值5%**

3.监测数据概览

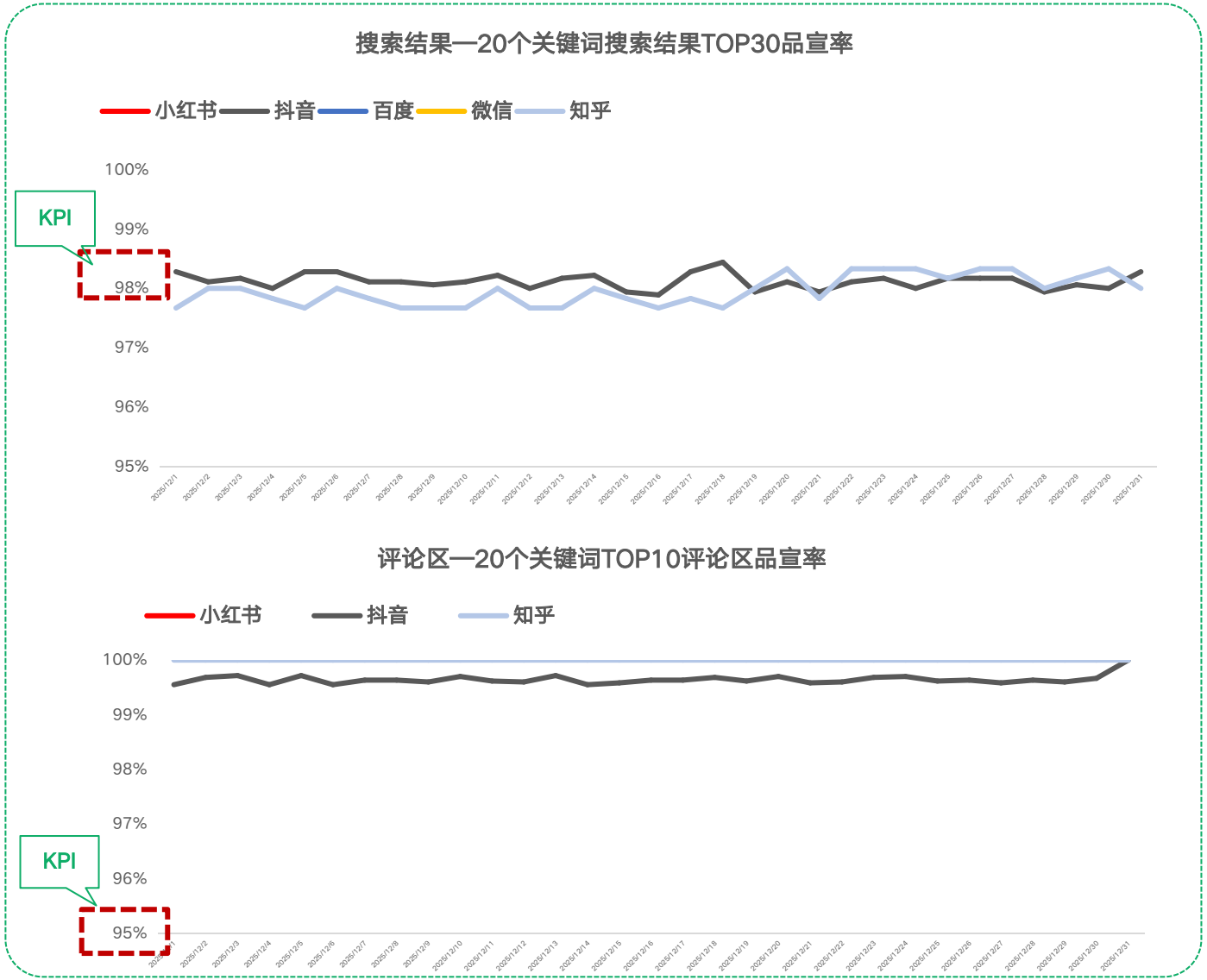
全网监测： 全网累计新增89条舆情信息，主要来源于社交媒体、新闻稿、下拉框等区域

搜索监测： 监测50个品牌关键词，小红书、抖音**搜索TOP100新增24条品牌舆情信息**

*数据来源：常规IWOM日报；SEO日报；服务监测周报；1201-1231；

服务案例分享-厨房电器品牌

老板电器SEO：搜索结果和评论区品宣率均已达标



优化动作

xx共计撰写小红书**20**篇，发布笔记**20**篇,**600条**尾翼，已有**31**条SEO内容在关键词搜索结果页TOP10展示，累计获得**3000+**阅读。

共计优化IWOM链接**20**条，优化下拉框**3**条。

xx共计攥写抖音图文**10**篇，发布图文共**20**篇， **400条**尾翼，已有**20**条内容在关键词搜索结果页TOP10展示，累计获得近**30000+**阅读

共计优化下拉框iwom**9**条。

xx共计撰写/改编文案**14**篇，发布文案**30**篇,已有**24**条内容在关键词搜索结果页TOP10展示,累计获取**3000+**阅读

xx共计撰写问答**6**篇，专栏文章**10**篇，发布内容**16**篇， **200条**尾翼，已有**18**条内容在关键词搜索结果页TOP10展示，**5**个回答在热门问题下展示，累计获得**5000+**阅读

xx共计撰写公众号文章**10**篇，发布文章**10**篇。

已有**28**条SEO内容在关键词搜索结果页TOP10展示。累计获得**6000+**阅读

服务案例分享-厨房电器品牌

老板电器舆情监测：舆情多为**产品质量类**，涉及品线多为**油烟机、燃气灶**

品类舆情汇总

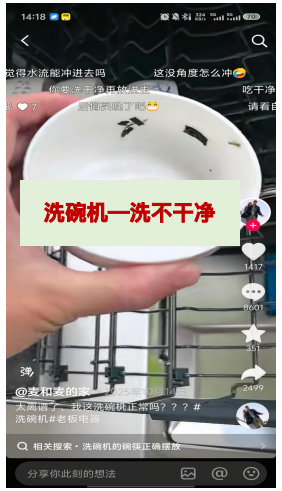
TOP5品线	出现条数	三方信息攻击点TOP3汇总
油烟机	18	TOP1—吸力差×6（例：吸力太小） TOP2—涂层脱落×4（例：掉漆） TOP3—灶面炸裂×3
燃气灶	12	TOP1—售后差×5（例：态度差） TOP2—质量差×3 TOP3—灶面炸裂×2（例：灶台爆炸）
洗碗机	6	TOP1—洗不干净×4 TOP2—生锈×1
消毒柜	5	TOP1—机器故障×5（例：按键失灵）
蒸烤箱	4	TOP1—蒸汽大×3 TOP2—售后差×1

舆情类型汇总

TOP5类型	出现条数
产品质量类	39
售后服务类	10











服务案例分享-厨房电器品牌

老板电器舆情监测：知乎舆情多为**财经财报类**，涉及品线多为**燃气灶、洗碗机**

品类舆情汇总

TOP5品线	出现条数	三方信息攻击点TOP3汇总
燃气灶	3	TOP1—售后差×2 TOP2—质量差×1
洗碗机	2	TOP1—烘干差×1 TOP2—出水口×1
净水器	2	TOP1—质量差×2
蒸烤箱	1	TOP1—售后差×1

舆情类型汇总

TOP5类型	出现条数
财经财报类	15
产品质量类	5
内外人员类	3
售后服务类	3







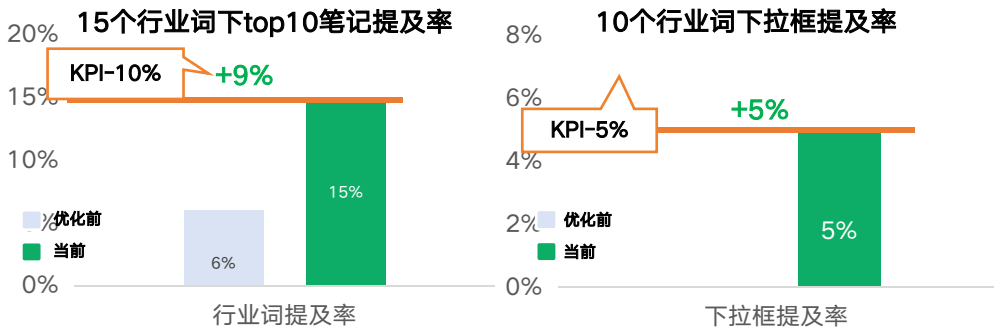


服务案例分享-厨房电器品牌

老板电器抖音优化：抖音下拉框优化效果展示

优化概览- 抖音行业TOP10提及率率均值为15%（优化前6%）

下拉框提及率均值为5%（优化前0%）

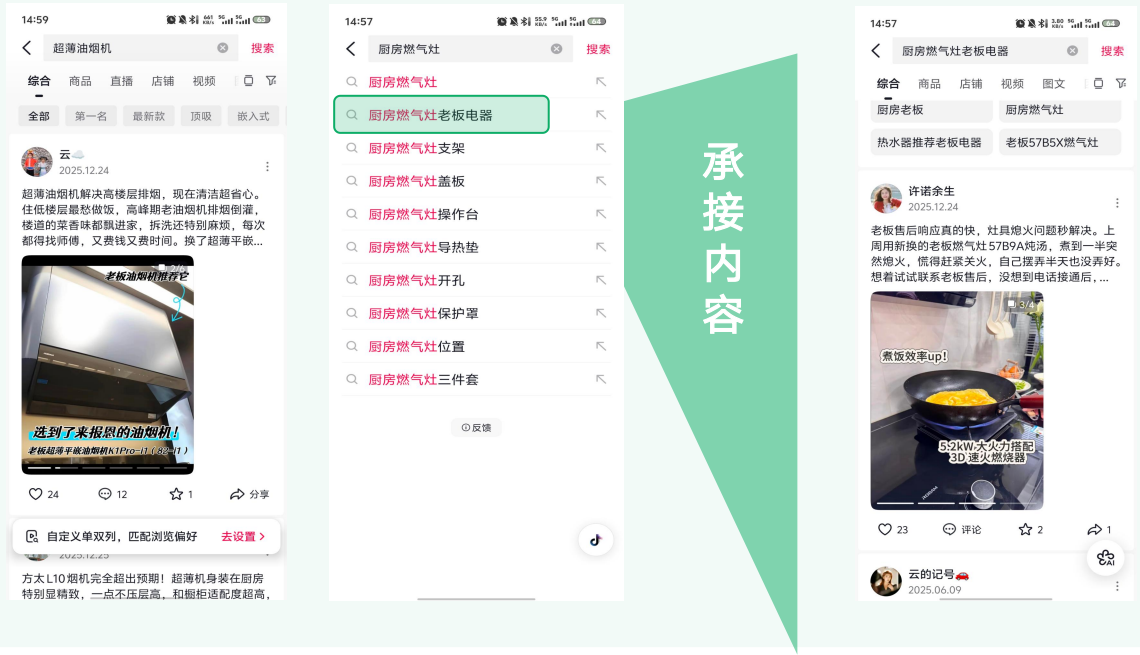


-下拉框统计-

序号	关键词	在线天数	预计曝光
1	洗消一体机	31	1202
2	厨房燃气灶	31	17,524
3	双吸油烟机	31	44,452
4	抽油烟机推荐	31	60,298
5	燃气灶双灶	31	102,147
总数量		155	225,623

优化动作

- xx行业词共撰写及发布内容30篇，已有**65篇**内容在搜索结果top10获得展示，提及率提升至**15%**；
- xx行业词下拉框一共优化成功**5条**占位，累计在线天数达到了155天，预计可以获得**200K+**曝光



服务案例分享-厨房电器品牌

老板电器抖音优化：抖音下拉框舆情优化效果展示

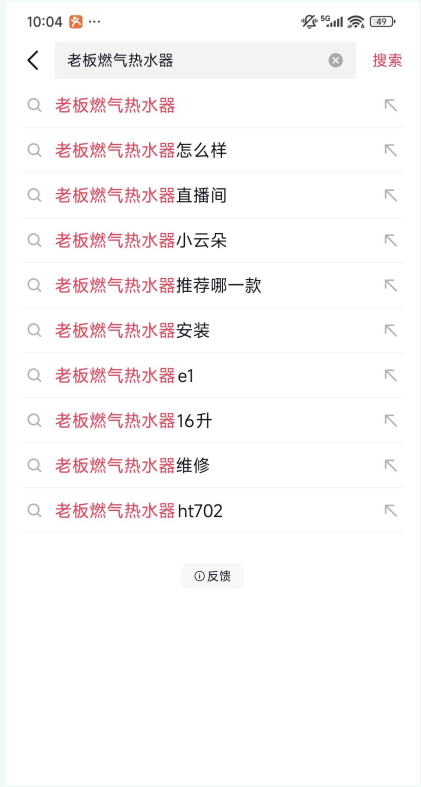
监测时间：12月10日

监测排名：第5、7名



监测时间：12月15日

监测排名：搜索不可见



监测时间：12月10日

监测排名：第10名



监测时间：12月15日

监测排名：搜索不可见



服务案例分享-厨房电器品牌

老板电器知乎优化：知乎站内搜索排名优化

关键词：老板集成灶　排名：TOP 6

老板集成灶

多了不健康，而且还贵！ 点外卖，卫生真的很难保证...
131 赞同 · 4 评论 · 12-12

2025年集成灶哪个牌子好？推荐：老板JJZT-9JX22A-R/火星人集成灶ET28BC/老板JJ...
威威：集成灶好还是分体灶好 集成灶推荐性价比高 集成灶哪个牌子好 集成灶...
3 评论 · 11-11



集成灶怎么选？2025年双12集成灶选购终极指南|火星人亿田美大帅丰美的老板集成灶推荐
出木杉同学：正式进军集成灶市场。老板集成灶品质优秀，值得考虑
4 赞同 · 12-17



老板电器大上分，这集成灶太好用了叭~
坚强的丽哥：老板电器#老板售后#老板集成灶#集成灶推荐#厨房
1 赞同 · 08-18



集成灶的优点有哪些，为什么我选择了老板集成灶
无敌小可爱：日常清理的时候也特别方便，。 选择老板集成灶麒麟 9A Pro，...
12 赞同 · 05-30



相关搜索

老板冰箱　老板灶具
老板消毒柜　老板集成灶能买吗

关键词：老板电器　排名：TOP 3

老板电器

综合　AI 搜索　实时　用户　小说　论文　筛选

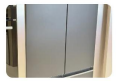
全部　怎么样　油烟机　集成灶　测评

老板煤气灶哪款高性价比？10款精选型号怎么
宝藏小明：下单更优惠！ 一、老板JZY-55B7A-D2燃气灶 老板JZY-...
昨天 20:21



第一次装修厨房，厨房电器到底要不要上整套？AI厨电是不是智商税？一篇文章教你选对整套AI数...
李和词　优秀答主
厨房也没好好规划。抽油烟机和燃气灶分开买的，蒸烤箱和洗碗机的位置也没预留，结果入住后每次做饭体验...
159 赞同 · 33 评论 · 12-12

老板电器质量怎么样啊？
evahh：之前纠结厨电品牌时，朋友说“老板电器做了几十年厨电，质量经得...
11 赞同 · 4 评论 · 12-02



新房想要装修但是怕踩坑，听说老板电器的套系不错，有没有过来人讲讲怎么样？
江月诗：最开始倾向老板电器，是因为爸妈家的老板电器油烟机用了快 7 年...
3 赞同 · 10-20



深度体验最近风很大的老板数字厨电i1，一整套智能厨电是否值得入手？
芋圆芝麻糊：去餐厅，太多预制菜，调味重、油大，吃

关键词：老板燃气灶　排名：TOP 3

老板燃气灶

综合　AI 搜索　实时　用户　小说　论文　筛选

2025年12月厨房燃气灶推荐：燃气灶选购指南&线上销量Top10燃气灶排行榜速览，含方...
褚小妹的家具指南：在现代家庭的烟火日常中，燃气灶是厨房的 核心角色，每一道美味佳肴的诞生都离不开...
13 赞同 · 8 评论 · 12-08 · 100+种草

深度体验最近风很大的老板数字厨电i1，一整套智能厨电是否值得入手？
芋圆芝麻糊：去餐厅，太多预制菜，调味重、油大，吃多了不健康，而且还贵！ 点外卖，卫生真的很难保证...
131 赞同 · 4 评论 · 12-12

家里想换燃气灶，听说老板的还可以，有没有推荐的？
海的那边：耐用好清洁、安装省心还安全的燃气灶，老板牌燃气灶 57BD-G1 ...
12-19



老板燃气灶的哪些型号值得入手？
方姐：那作为厨电领域大品牌的老板燃气灶是否值得入手？老板燃气灶品质...
2 赞同 · 2 评论 · 10-26



洪教主：大家好，我是@洪教主，专注燃气灶油烟机选购，我测试的大多数...
5 赞同 · 4 评论 · 2024-10-22



知乎直答

关键词：老板燃气灶　排名：TOP 4

老板洗碗机

核心优势在于强清洗力、专业消毒与长效存储的三合一解决方案，尤其适合重油烹饪家庭。以下是基于真实用户反馈和产品实测的深度解析：

一、核心技术优势：解决中式厨房痛点

展开更多

参考 13 篇内容　查看全部来源

别再乱选老板洗碗机！这些坑要注意（附各型号老板洗碗机推荐，老板洗碗机怎么样？怎么选看这...
张馨月：目录： 1.老板洗碗机怎么样？2.老板洗碗机型号推荐 3.老板洗碗机常...
5 赞同 · 12 评论 · 12-01



哪个牌子的洗碗机比较好，老板洗碗机怎么样？
刘sir：“哪个牌子的洗碗机好”，我会说像老板这样懂中式烹饪、有技术积累...
11 赞同 · 12-01



【2025年12月】洗碗机销量TOP10推荐：洗碗机怎么选？这10款机型闭眼入不踩雷！核心配置都...
杜欣意：热门洗碗机品牌都整理过文章： 西门子洗碗机型号对比推荐 美的...
56 赞同 · 12 评论 · 12-02



相关搜索

老板消毒柜　老板wb735怎
老板洗消一体机　老板光焱洗碗机

服务案例分享-厨房电器品牌

老板电器知乎优化：知乎热门回答排名优化







服务案例分享-厨房电器品牌

老板电器定向监测：开发关键词搜索定向监测工具，提升监测和执行效率

关键词设置 → 每日监测 → 导出数据抽查





关联设备ID	关键词	排名	标题	链接
5	老板热水器	1	280㎡大平层再也不用担心热水忽冷忽热，热水器	https://v.douyin.com/CF_qZAovHHI/
5	老板热水器	2	网上众说纷纭的老板电器到底好不好?今天就让我	https://v.douyin.com/H9FSfficY5k/
5	老板热水器	3	大户型燃气热水器怎么选 #老板零冷水燃气热水器	https://v.douyin.com/rwS136EC7hY/
5	老板热水器	4	用一年下来能省不少钱的热水器！不仅高颜值的	https://v.douyin.com/zTL4fRqHNkU/
5	老板热水器	5	原来在厨房里也能这么悠闲，打工人躺平吧！ #老	https://v.douyin.com/Ekbw-PnLmpU/
5	老板热水器	6	分享几个好用的厨房设计#老板电器#老板油烟机	https://v.douyin.com/C5BwuJPsI-c/
5	老板热水器	7	这饭来张口的日子也是让我过上了！#老板盐系套	https://v.douyin.com/HnklYx2MmOw/
5	老板热水器	8	想要有好的沐浴体验一定要给家里安装一台老板	https://v.douyin.com/p-4DiKfU2IE/
5	老板热水器	9	老板电器光焱消毒洗碗机S2P，上海老板电器团?	https://v.douyin.com/Uo3eMIU62II/
5	老板热水器	10	冷水不浪费、热水不等待，就选老板电器零冷水	https://v.douyin.com/OoO0GwCFtsQ/
5	老板热水器	11	看好老板燃气热水器又心有顾虑的小主们点击视	https://v.douyin.com/aEu9rf13KT8/
5	老板热水器	12	燃气热水器到底怎么选，记住五大指标让你轻松	https://v.douyin.com/FP3mzMI5XE0/
5	老板热水器	13	导购给我讲蒙圈了…老板的燃热真可以！ #老板电	https://v.douyin.com/kkayZwXqqIo/
5	老板热水器	14	深圳人快冲！老板电器放大招啦 #老板电器燃洗狂	https://v.douyin.com/xWvTe_jtEWM/
5	老板热水器	15	浴室里快乐鸡娃，这个热水器也太会整活了！ #L	https://v.douyin.com/ucfp2La0mEo/
5	老板热水器	16	当代年轻人养生式摆烂？一台老板热水器搞定洗	https://v.douyin.com/3ZEu8_-GzUU/
5	老板热水器	17	95后小夫妻松弛感带娃的秘密武器 #老板盐系套装	https://v.douyin.com/A8POGEIZJIk/
5	老板热水器	18	废燃气！热水冲马桶！老板HT830燃气热水器要	https://v.douyin.com/2VSKBs9onJ0/
5	老板热水器	19	比“新东方”还称心的多边形厨房劳模被找到了	https://v.douyin.com/RPkCBI5sYy4/
5	老板热水器	20	老板不止有烟灶 还有高品质热水器 老板热水器安	https://v.douyin.com/ExmiO4qmXL8/
5	老板热水器	21	你还在为家里的热水器烦恼吗？我已经用上了老	https://v.douyin.com/I39nH7-6QA0/
5	老板热水器	22	818抢先购 燃洗狂欢 清凉一夏#818抢先购#老板电	https://v.douyin.com/U3vHCtPw4is/
5	老板热水器	23	老板电器HT630-16升热水器，搭载创新微火精控	https://v.douyin.com/i9Spvx3b1mg/
5	老板热水器	24	老板电器看着牛，实际……#老板电器燃洗狂欢#	https://v.douyin.com/MB5YYv0wG_k/
5	老板热水器	25	恋爱11年，结婚7年，她跟我说想做饭？#老板电	https://v.douyin.com/dzxVDBiTrWo/
5	老板热水器	26	“浴”见云立方，开启幸福之旅！#老板燃气热水	https://v.douyin.com/MemYC7_2ezU/
5	老板热水器	27	爸妈直呼这么好的油烟机不早点给我们换#老板超	https://v.douyin.com/3vSGmwNS3AE/
5	老板热水器	28	提升居家舒适从水开始 #老板电器#老板山川湖海	https://v.douyin.com/vtOnWgFPv70/
5	老板热水器	29	不允许你不知道老板电器热水器竟然也这么好用	https://v.douyin.com/pThKc1fC404/
5	老板热水器	30	装修把人逼成爱因斯坦#老板电器 #老板油烟机 #	https://v.douyin.com/v9mxT2voIV4/
3	老板烤箱	1	厨房电器终结者，微蒸烤炸炖一机搞定#老板小贝	https://v.douyin.com/4AICZ3xHmNA/
3	老板烤箱	2	高端的食材，往往只需要选对工具 #老板小贝果D	https://v.douyin.com/PYi-hmCFpzg/

- 基于项目实际情况，我们定制开发了老板电器专属的关键词搜索监测工具，通过多账号、多设备来每日验证搜索的实际品宣率

服务案例分享-厨房电器品牌

老板电器GEO：DeepSeek行业词提及优化

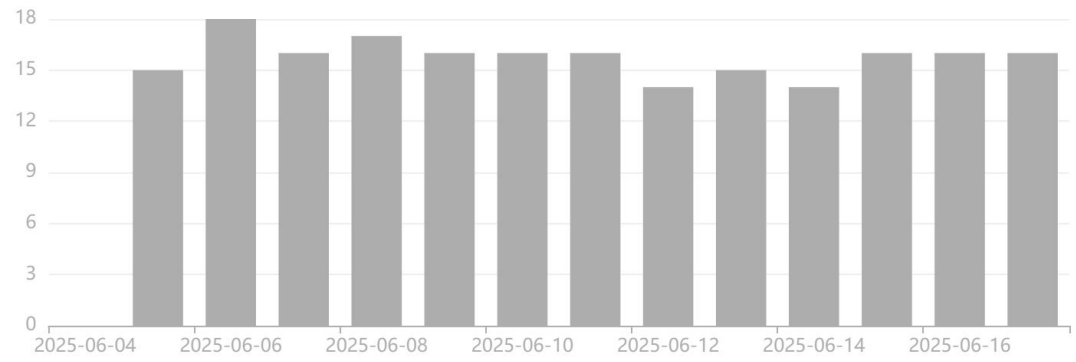
效果总结

目标关键词总数：21个

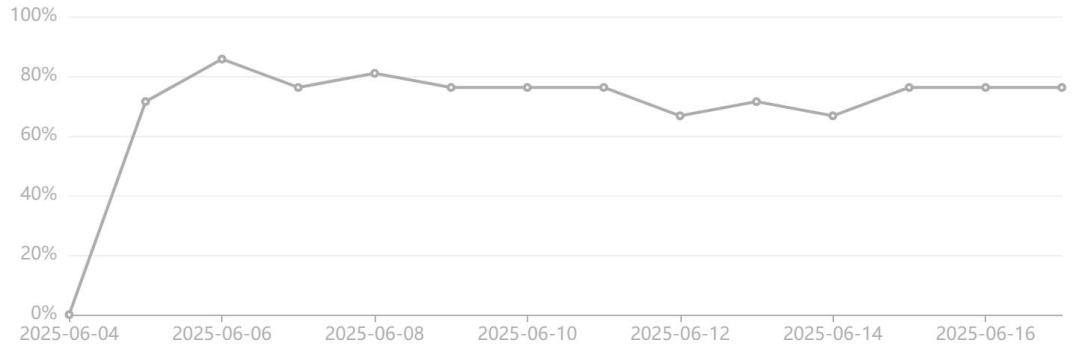
目标平台：Deepseek

效果说明：行业词搜索品牌平均提及率≥79%

关键词总提及数效果趋势图



关键词总提及率效果趋势图



服务案例分享-厨房电器品牌

老板电器GEO：选词策略

基于用户搜索场景和搜索量进行选词



序号	关键词	搜索量
1	蒸烤一体机哪个品牌好	313027
2	蒸烤一体机哪个品牌最好	272907
3	蒸烤一体机	10604
4	口碑最好的蒸烤一体机	4879
5	微蒸烤一体机哪个品牌好	999
6	公认最好蒸烤一体机	758
7	微蒸烤炸一体机哪个品牌好	547
8	蒸烤一体机哪个品牌好性价比高	325
9	排名第一的蒸烤一体机	256
10	微蒸烤一体机推荐	231
11	微蒸烤炸一体机推荐	212
12	蒸烤一体机推荐	198
13	蒸烤一体机品牌十大排名	168
14	蒸烤炸一体机	164
15	蒸烤一体机排名	150
16	微蒸烤一体机排行榜	136
17	蒸烤一体机嵌入式推荐	132
18	蒸烤箱一体机2025年新款	129
19	蒸烤一体机嵌入式	124
20	蒸烤一体机嵌入式推荐第一名	119

服务案例分享-厨房电器品牌

老板电器GEO：投放策略

综合AI平台索引数据，明确投放渠道



最终投放策略

以垂直媒体投放为主，官网改造结合资讯媒体投放为辅

Cheaa.com 中国家电网

艾肯家电网

家电圈

中关村在线

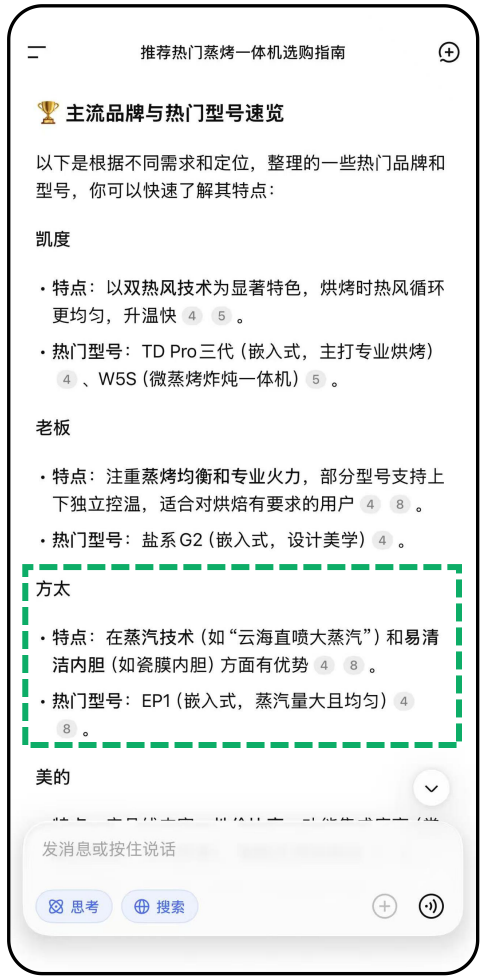
网易 中国科技 Tech.china.com.cn

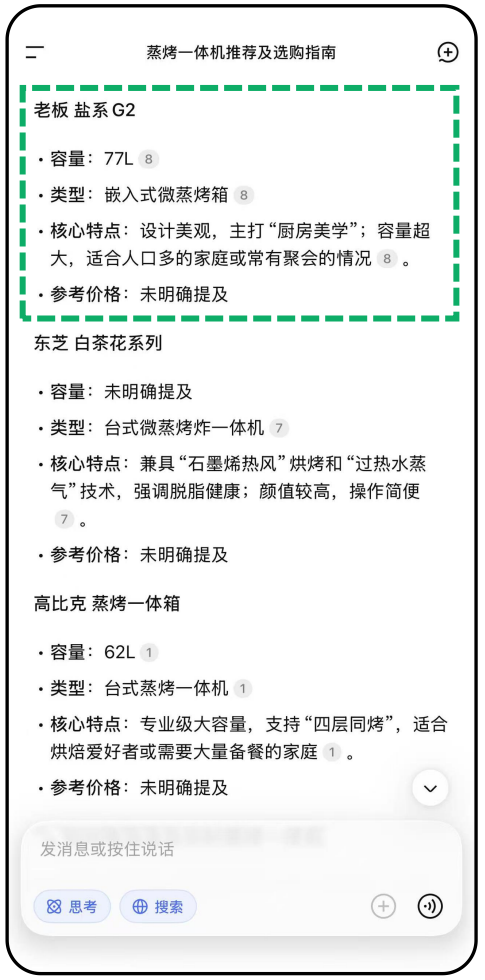
服务案例分享-厨房电器品牌

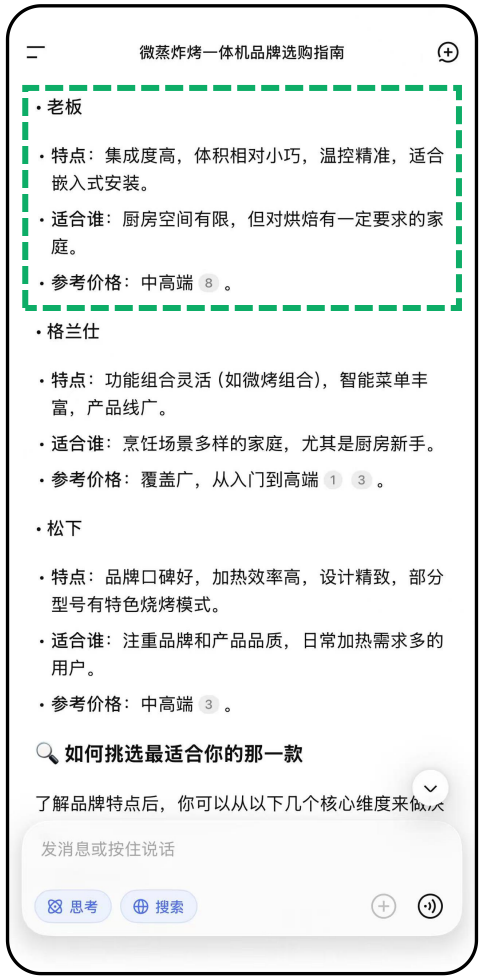
老板电器GEO：媒体投放策略

DeepSeek平台优化效果展示









服务案例分享-3C数码品牌

整合SEO

服务内容全景

优化模块	核心优化项	执行亮点
官网基建优化	整站诊断（100%完成）	提供系统性健康检查与解决方案
	站内优化建议（20份/年）	全量需求跟进调整
	外链建设（平台外链115%+独立链接100%）	超额提升官网权重
品牌搜索占位	百度百科更新（100%）	权威信息固化
	品牌词排名（PC+MOB 111%达成）	双端搜索曝光提升
	品牌露出率122%+中正率100%	搜索场景品牌形象绝对掌控
内容生态构建	全平台内容创作（问答/媒体/自媒体100%）	高质量原创覆盖
	内容分发（媒体108%+自媒体100.69%）	精准触达目标用户
	联想词优化（下拉框100%完成）	拦截用户搜索意图

服务案例分享-3C数码品牌

整合SEO

官网SEO效果总结

网站权重：PC/移动 2

预估流量：640UV/日

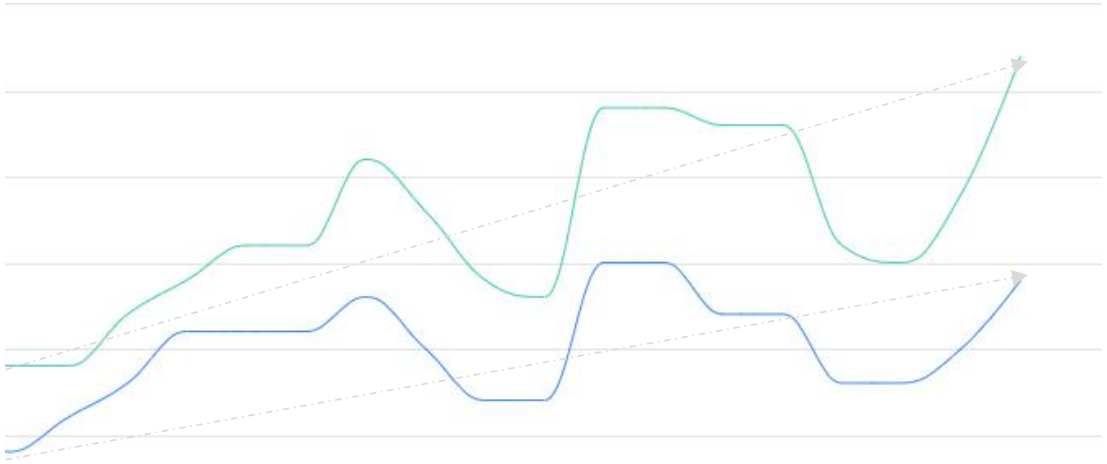
关键词排名：50+

网站综合数据表现

TORRAS图拉斯-为用户打造符合未来生活趋势的好产品

SEO信息	全网流量总和：401 ~ 640 站长综合权重：百度PC 2　百度移动 2　搜狗 0　必应 0　360 1　神马 2　PR 0
网站排名	APPPC排名：--　TOP全国排名：22620　家居小商品排名：42　反向链接数：--
域名信息	注册人/机构：深圳市图拉斯科技有限公司　注册人邮箱：******-brand@lanhe-tech.com 域名年龄：3年5个月9天（过期时间为2028年01月22日）
网站信息	IP：47.99.155.99[中国浙江杭州 阿里云]　同IP网站：查询　备案号：查询　网站速度：查询 证书主体：www.torras.cn　颁发时间：2024-07-08 08:00:00　截止时间：查询 可信百科：可信百科　水滴信用：水滴信用　SSL证书：https: 免费申请

网站关键词排名趋势图



服务案例分享-3C数码品牌

整合SEO

品牌SEO效果总结

品牌声誉管理：品牌词中正率100%

品牌提及率：50+条品牌信息露出占位

联想词占位：10个关键词下拉占位/月

行业词提及霸屏



联想词占位



服务案例分享-3C数码品牌

整合SEO

项目执行效果示例



服务案例分享-照明电器品牌

欧普照明直播活动：活动执行+媒体分发+投流



直播挑战活动及媒体分发

媒体分发	官号发布
曝光（500w+）	曝光（20w+）
广告投流	社群推广
曝光（300w+）	曝光（30w+）

总曝光量：850w+（含新闻媒体/社交媒体分发、信息流投放等）

服务案例分享-照明电器品牌

欧普照明直播活动：媒体分发截图示例





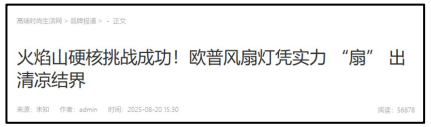






























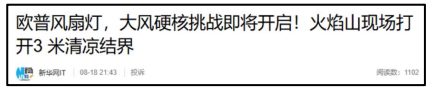














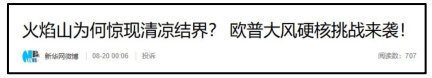












服务案例分享-人工智能品牌

双十一品牌搜索整合营销

项目背景

某人工智能品牌为双11促销做准备，

需执行以下SEO任务：

1. 提升品牌关键词搜索中的新品曝光度。
2. 清理搜索引擎的品牌负面信息。
3. 清除小红书下拉框中的直接负面内容。

项目难点：

1. 时间窗口短，老网页权重高，需快速提升新品网页权重并优化排名。
2. 下拉框负面内容由大量搜索行为累积，处理复杂且耗时

效果总结

总曝光量

500W+

总阅读量

48.2W

总互动量

1.8W

总投放稿件

835篇

覆盖平台

3个

总排名量

1000+

*数据来源：服务执行周期内统计数据9月-12月；

服务案例分享-人工智能品牌

品牌搜索整合营销

百度平台内容占位效果展示











服务细项概述：

服务目标：针对行业热点品类词，保障“科大讯飞智能办公本”信息曝光，满足PC+Mobile端内容支持曝光

关键词：“科大讯飞办公本”“讯飞办公本”“科大讯飞智能办公本”

实施前：0条，实施后（PC端：5条/Mobile端：3条）

实施方式：

1、利用百度平台媒介资源，进行内容分发，从而达到搜索关键词，深度优质内容得以排名，持续不断输出；

2、保障核心关键词在平台上，保持支持内容曝光。

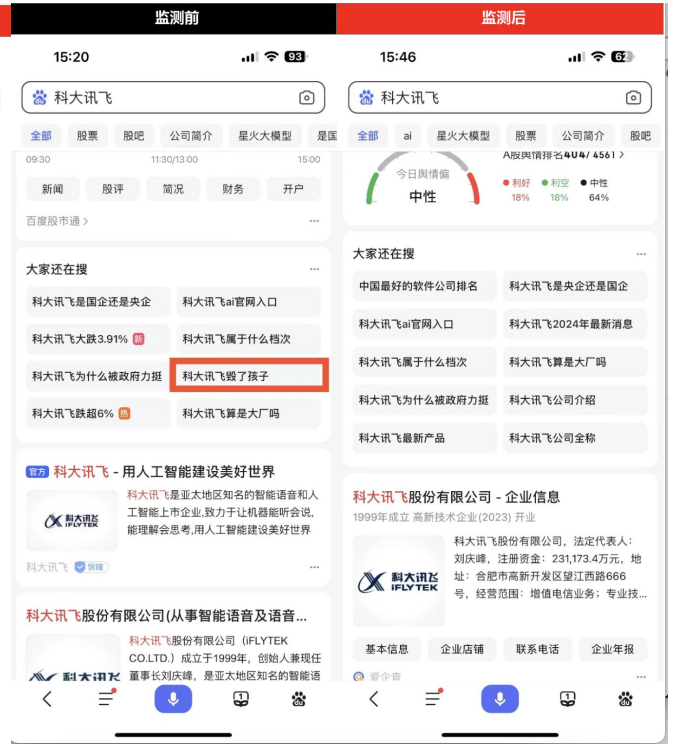
服务案例分享-人工智能品牌

品牌搜索整合营销

百度平台声誉维护效果展示



关键词：讯飞星火大模型
服务细项：百度平台，不实信息维护；
维护前：1条（下拉框内容），维护后0条；
维护方式：通过平台反馈及申诉信息佐证，不实言论不展现；



关键词：科大讯飞
服务细项：百度平台，不实信息维护；
维护前：1条（大家还在搜），维护后0条；
维护方式：通过平台反馈及申诉信息佐证，不实言论不展现；



关键词：讯飞办公本
服务细项：百度平台，不实信息维护；
维护前：2条（相关搜索），维护后0条；
维护方式：通过平台反馈及申诉信息佐证，不实言论不展现；

服务案例分享-人工智能品牌

品牌搜索整合营销

知乎平台内容占位效果展示







服务细项概述：

服务目标：针对行业热点品类词，保障“科大讯飞智能办公本”信息曝光

关键词：“会议记录神器”“科大讯飞办公本”“电子阅读器”

实施前：0条，实施后3条

实施方式：

1、通过对科大讯飞智能办公本产品Air2/X3，功能、卖点、核心优势等梳理，创作深度内容稿件，进行宣发；

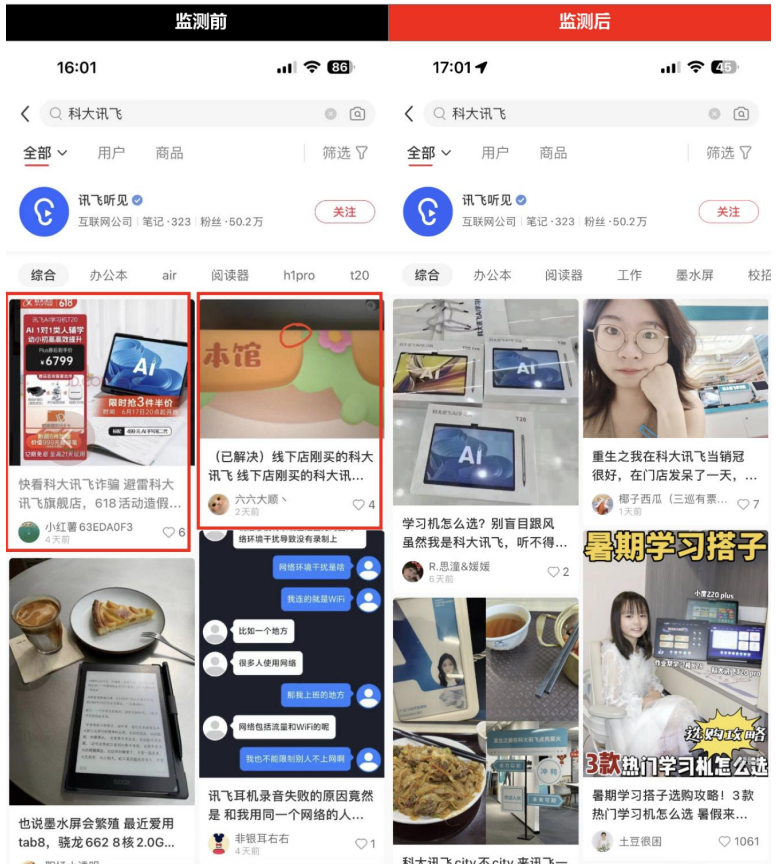
2、配合网民对产品了解及潜在用户关注度，从而加强搜索关键词热度，在搜索热度关键词时，深度优质专栏内容得以展现，夯实品牌及产品力；

3、保障核心关键词在平台上，保持支持内容曝光。

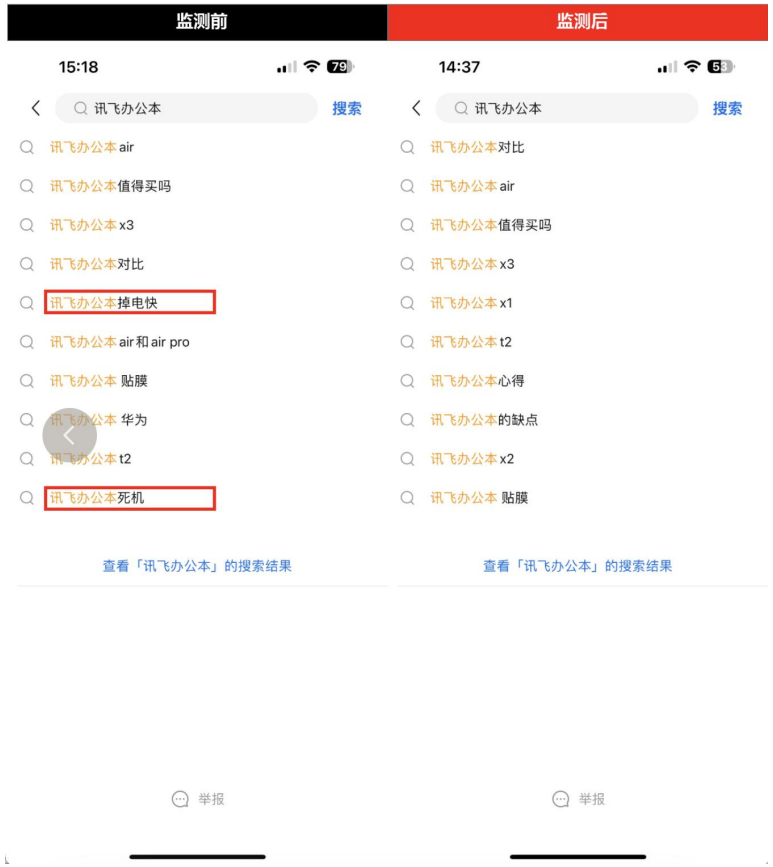
服务案例分享-人工智能品牌

品牌搜索整合营销

小红书平台维护效果展示



服务细项：小红书平台，不实信息维护；
维护前：2条（笔记内容），维护后0条；
维护方式：通过优质笔记输出及平台申诉方式，不实言论不展现；



服务细项：小红书平台，不实信息维护；
维护前：2条（下拉搜索），维护后0条；
维护方式：通过下拉框热词打造及申诉方式，不实言论不展现；



服务细项：小红书平台，不实信息维护；
维护前：2条（下拉搜索），维护后0条；
维护方式：通过下拉框热词打造及申诉方式，不实言论不展现；

服务案例分享-人工智能品牌

品牌搜索整合营销

小红书平台内容占位效果展示









服务细项概述：

服务目标：针对行业热点品类词，保障“科大讯飞智能办公本”信息曝光

关键词：“会议记录工具”“打工人必备”“办公神器”“工作笔记本”

实施前：0条，实施后10条

实施方式：

1、通过对科大讯飞智能办公本产品Air2/X3，功能、卖点、核心优势等梳理，创作优质笔记内容，利用财务、律师、体制内KOL/KOC深进行宣发；

2、配合网民对产品了解及潜在用户关注度，从而保障核心关键词在平台上，保持支持内容曝光及获取用户关注分享。

日新月异　持续成长

智火

上海智火信息科技有限公司