生存指南有答案，客户都去哪了？

AI时代本地中小企业生存指南

（2026年周口中小企业专属版）

出品：河南元昇科技有限公司
联系方式（詹先生）：1665089383
地址：周口市川汇区龙都红星广场4-1103

AI时代本地中小企业生存指南
(2026周口中小企业专属版)

这份指南你在手机上读完大约需要20分钟。读完你会得到：一个30秒就能做的测试、一张10问自测表、四个零成本的自救动作、一份30天行动日历，以及一个判断——你的店在AI眼里到底存不存在。

文中所有行业数据都标注了来源，看不懂的词都用大白话解释。我们不劝你买任何东西，前七章的内容你自己动手就能做完。

一、先做这个30秒测试

如果你是周口的餐饮、美业、教培、家装、商贸老板，建议你现在就停下手里的活，做个测试。

打开任意一个AI问答工具——豆包、DeepSeek、腾讯元宝、通义千问都行，全部免费——输入你自己店的名字，问它："这家店怎么样？地址在哪？电话多少？"

然后看它怎么回答。

回答不上来？电话是停用的？地址还是搬迁前的旧址？甚至把你的店和另一家同名店混为一谈？

那么在AI搜索时代，你的店几乎等于不存在。

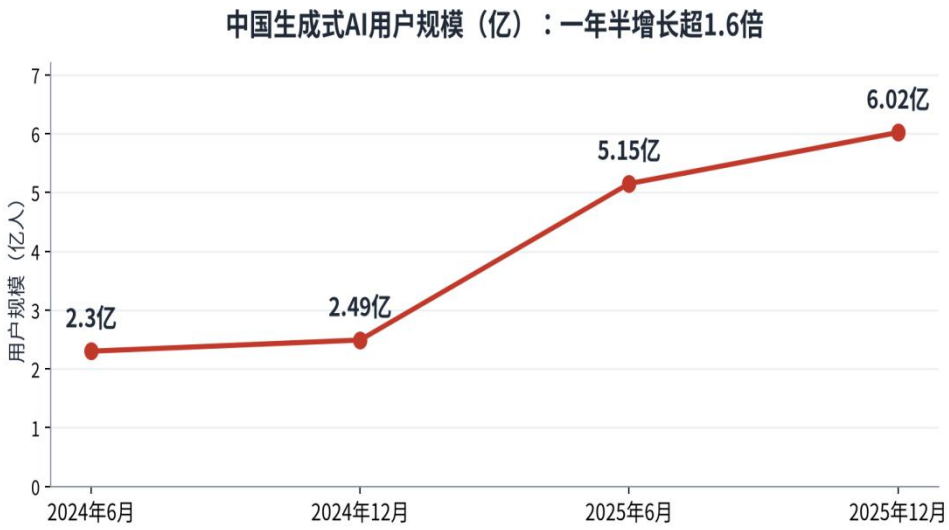
这不是吓唬人。这半年我们在川汇区、淮阳区实地走访和远程诊断本地商家，看到的最普遍的情况就是这一种：生意做了十年，老客口碑不差，产品不输隔壁，但在AI那里查无此人。更扎心的是，很多老板测试完第一反应是"AI又不卖货，管它呢"——这正是我们写这份指南的原因。

二、不是贩卖焦虑：客户找店的入口，已经换了

先看三组数据，都注明了出处，你可以自己去核。

第一组：用AI的人有多少。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）2026年2月发布的数据，截至2025年12月，我国生成式AI用户规模已达6.02亿人，普及率

42.8%[1]。CNNIC另一份报告显示，用生成式AI"回答问题"的用户占比达80.9%——问问题，是大多数人用AI的第一件事[2]。麦肯锡2025年10月的调研结论类似：约一半的消费者已经在使用AI搜索，并预计到2028年AI搜索将影响7500亿美元规模的收入[3]。



AI用户规模

第二组：传统搜索的流量在掉。StatCounter数据显示，传统搜索排名第1位的点击率已从31%降至19.5%[4]。原因很简单：以前搜索给你一页链接让你自己挑，现在AI直接给答案。客户拿到答案就走了，不再逐条点击。

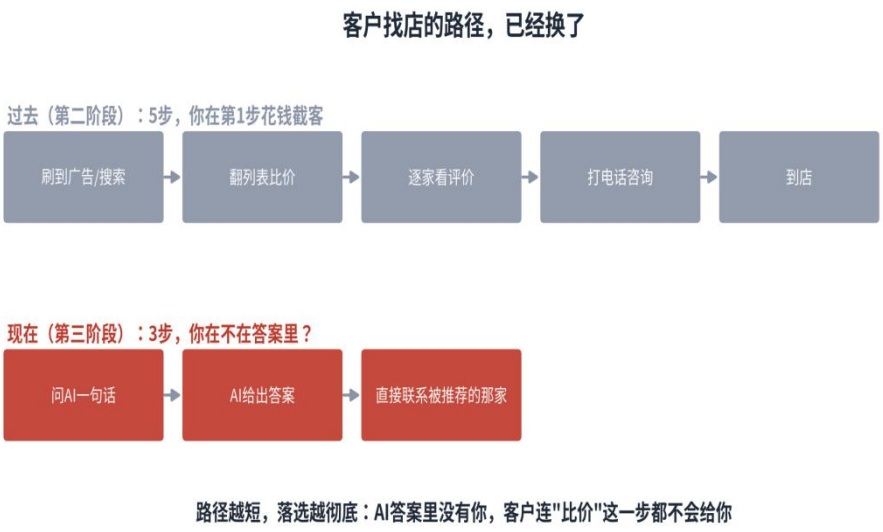
第三组：客户找店的路径变短了。

[1]CNNIC（中国互联网络信息中心）数据，2026年2月发布：截至2025年12月，我国生成式AI用户规模6.02亿人，普及率42.8%，网民规模11.25亿。

[2]CNNIC《生成式人工智能应用发展报告（2025）》，2025年10月发布：截至2025年6月用户规模5.15亿人，其中80.9%的用户用于"回答问题"。

[3]麦肯锡《Winning in the age of AI search》，2025年10月：约半数消费者已使用AI搜索，预计到2028年或影响7500亿美元收入。

[4]StatCounter 2026年一季度数据，转引自升兔互动《GEO与SEO的区别》（2026年8月）：传统搜索排名第1位点击率由31%降至19.5%。



决策路径对比

过去客户找一家店要五步：刷到广告或搜索、翻列表、逐家看评价、打电话、到店。你在第一步花钱，还有机会在后面几步靠实力翻盘。

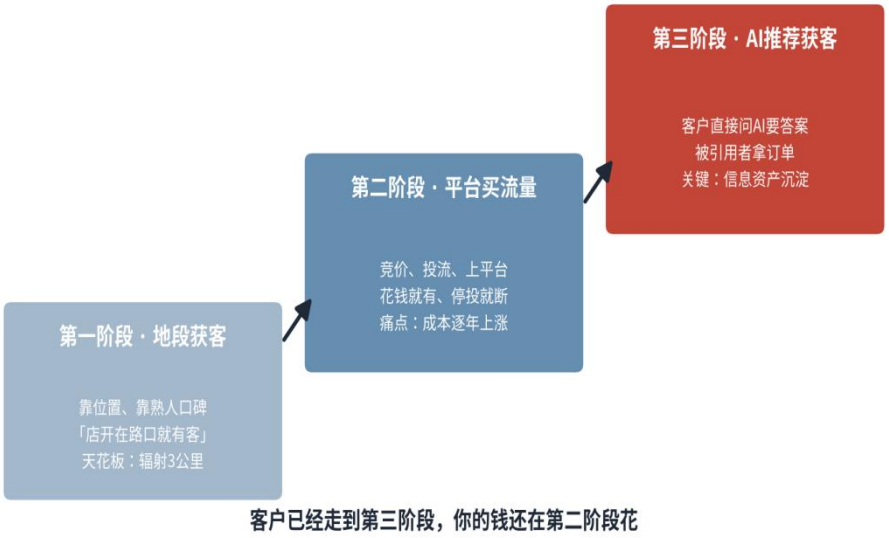
现在只有三步：问AI一句话、AI给出答案、直接联系答案里那几家。路径越短，落选越彻底——AI的答案里没有你，客户连"比价"这一步都不会给你。你花十年攒下的口碑，在这条路径上没有任何出场机会。

周口859.9万常住人口[5]，里面用AI的人和全国比例差不多。你的客户已经在问了，问题是AI怎么答。

三、企业获客的三个阶段：你的钱卡在哪一阶段

把时间拉长看，中小企业的获客方式一共走过三个阶段，一个比一个残酷。

[5]周口市统计局《2025年周口市国民经济和社会发展统计公报》：年末全市常住人口859.9万人。



获客三阶段

第一阶段：地段获客。靠位置、靠熟人、靠老客带新客。店开在路口就有客。这个阶段没有消失，但天花板肉眼可见——你的生意辐射不了3公里以外，租金却年年涨。

第二阶段：平台买流量。竞价排名、短视频投流、上团购平台。这个阶段的经济账，越来越多的老板算不过来了：

- 餐饮行业传统平台竞价排名的线索成本，从2023年的30–50元/条涨到2026年的80–120元/条；国内中小企业整体获客成本较五年前上涨约210%（行业调研资料，口径仅供参考）[6]。
- 平台连免费流量都在收回去。券商调研显示，抖音自2025年12月起减少本地服务商家的免费流量，并引入300元的最低投放费用门槛[7]。翻译一下：以前不花钱还能蹭点曝光，以后想被看见，先交钱。
- 最要命的是"停投即断流"。投流的客户是租来的，租金按月付，一天不付，客户一天不来。你投三年，攒不下任何属于自己的东西。

第三阶段：AI推荐获客。客户直接问AI"周口哪家火锅靠谱""周口做家装哪家公司口碑好"，AI给出答案，答案里提到谁，谁拿客户。这个阶段和前两个的本质区别是：它不看你出价多少，只看AI信不信你。而AI信不信你，取决于你线上的信息是否完整、一致、可读——这恰恰是大多数周口商家从没做过的功课。

[6]行业调研资料《2026年企业获客成本现状分析》（2026年6月）：餐饮行业竞价线索成本由2023年30–50元/条升至2026年80–120元/条；国内中小企业整体获客成本较五年前上涨约210%。非权威统计，口径仅供参考。

[7]券商行业调研报告《抖音本地生活2025Q4概况与2026年展望》（2026年1月）：抖音自2025年12月起减少本地服务商户免费流量，引入300元最低投放费用。

行业数据也印证了这个转向：SEMrush 2026年度报告显示，采用GEO（让AI引用你，下一节细讲）策略的企业自然流量平均增长23%，而坚持只做传统SEO的企业流量下降18%[8]。

现在回答标题里的问题：你的钱卡在哪一阶段？大多数周口老板的答案是——身子在第二阶段花钱，客户已经走到第三阶段了。

四、当前企业竞争的六大维度：差距正在第6条上拉开

周口同行业的商家，产品、价格、服务日趋同质化。把竞争拆开看，一共六个维度，你可以逐条对照自查：

维度	现状	自查一句话	还能拉开多大差距
1. 价格	都在卷，越卷越没利润	你敢再降10%吗？降了还有利润吗？	几乎为零
2. 产品与服务	同行互相抄，上新三天就被模仿	你的招牌项目，隔壁能不能做？	有限
3. 地段与渠道	好位置就那几条街，平台规则你说了不算	平台改一次规则，你的客流掉多少？	有限，成本越来越高
4. 口碑与评价	有，但散落在各平台，真假混杂、无人维护	你上次回复顾客评价是什么时候？	中等
5. 内容资产	大多只有图片和短视频，没有AI能读懂的结构化文字	网上有没有一段完整介绍你店的文字？	较大，多数商家空白
6. AI可见度	绝大多数商家为零	客户问AI，答案里有没有你？	最大，且先到先得

前四条你已经努力了很多年，边际收益越来越薄——不是因为你不努力，是因为所有人都在这四条上努力，努力就贬值了。

真正能拉开差距的是后两条。原因也简单：投入最小（前四步零成本）、同行最少（八成商家没意识到）、见效最实在（AI答案里有名字，就是客户打电话的理由）。

[8]SEMrush 2026年度报告，转引自升兔互动《GEO与SEO的区别》（2026年8月）：采用GEO策略企业自然流量平均+23%，坚持传统SEO企业-18%。

还有一个更残酷的细节：行业研究发现，AI回答一个问题时，通常只引用1–3个核心信源[9]。传统搜索排第7名还有曝光机会，AI的答案里没有"第7名"——要么被提到，要么彻底消失。这就是为什么我们说第6个维度"先到先得"。

五、AI是怎么"记住"一家店的：一次讲透原理

很多老板觉得AI推荐是玄学、是平台黑箱。不是。花三分钟看懂原理，你就知道该做什么、不该做什么。



AI引用漏斗

AI不是传统搜索引擎，它不会直接"爬"你的门店。它的逻辑是五层漏斗：

第一层，收集。AI读取全网关于你的各种描述：地图上的商户信息、抖音主页、大众点评、公众号、官网、新闻报道。

第二层，理解。它需要从这些内容里抽取结构化信息：你是谁、在哪、做什么、服务谁、什么价位。只有图片和短视频的商家，在这一步就出局了——AI需要可供抽取的文字。

第三层，交叉验证。AI会把多个来源的信息互相对照。名称、地址、电话一致，可信度加分；互相矛盾，直接判定"信息不可靠"，放弃引用。

[9]珍岛集团《什么是GEO？生成式引擎优化全解析》（2026年9月）：大模型输出通常只引用1–3个核心来源。

第四层，竞争引用席位。验证通过的商家里，AI只挑少数几个写进答案[10]。挑谁？信息更完整、结构更清晰、有具体价格和案例支撑的。

第五层，输出答案。客户看到的那句"周口XX推荐这几家"，就是在这五层漏斗里筛选出来的。

对照这个漏斗，绝大多数本地商家死在三种最常见的情况上：

1. 名称不统一。抖音叫"XX火锅"，美团叫"XX老火锅川汇店"，高德叫"XX火锅（总店）"。AI很可能认为这是三家店，或者判定信息可信度不足，干脆不引用任何一家。

2. 电话和地址存在多个版本。尤其是搬过店的商家，旧地址没删。AI给出旧地址，客户导航扑空、电话打不通，不会给你第二次机会。

3. 缺少一段完整的文字介绍。线上全是图片、短视频、九宫格海报，没有一段结构清晰的文字让AI抽取。AI想推荐你，都无从下嘴。

这三条，每一条都不要钱就能改，每一条都在天天劝退你的客户。

顺带说一个反直觉的知识点：普林斯顿大学等机构发表在KDD 2024的研究显示，在内容中添加权威引用和数据支撑，能让AI可见度提升约41%；而堆砌关键词反而让可见度下降约11%[11]。也就是说，AI和人一样，讨厌满嘴"全网最低""绝对第一"的商家——这类词不但没用，还降权，甚至违反广告法。

六、10问自测表：给你的AI可见度打个分

拿张纸，或者直接在手机备忘录里，逐条打分。"是"记1分，"否"记0分：

序号	自测问题	是/否
1	在任意AI工具搜你的店名，能给出正确答案（地址、电话、业务）	
2	店名在高德、百度、腾讯三张地图上完全一致（一个字都不差）	

[11] Aggarwal P. et al.,《GEO: Generative Engine Optimization》, KDD 2024（arXiv:2311.09735）。文中"添加权威引用可见度提升约41%、关键词堆砌下降约11%"为行业文章转引的论文实验数据。

序号	自测问题	是/否
3	店名在抖音、小红书、大众点评上完全一致	
4	全网所有平台上的电话是同一个，且当前可接通	
5	如果搬过店，旧地址信息已从所有平台删除	
6	线上有一段纯文字介绍，包含"城市+品类+位置+服务特点"	
7	主要项目/套餐的价格在线上写得明明白白	
8	营业时间在线上准确、完整（含节假日安排）	
9	近三个月有顾客在平台上留下真实评价，且你有回复	
10	你每个月至少测试一次"AI怎么说我的店"	

评分解读：

- 0–3分：高危。在AI眼里你基本不存在，客户问AI时你连被提及的资格都没有。第七章的四步，建议本周内做完。
- 4–6分：亚健康。信息有但混乱，AI半信半疑。重点是统一和补全，做完四步通常两周内就有变化。
- 7–9分：良好。你已经在周口八成同行前面了，但别停——第10题（每月复测）决定了你能不能守住。
- 10分：要么你极其规范，要么打分太宽松。建议换三个不同的AI工具再测一遍第1题，各家答案往往不一样。

这张表就是我们给客户做付费诊断时用的底稿，现在免费放在这里。

七、四件零成本的事，今天就能自己动手做

先说清楚：以下四步不需要花一分钱，不需要找任何人，老板带个店员，半天到两天能做完。

第一步：对齐（半天）。把店名、地址、电话，在三张地图（高德、百度、腾讯）和三个内容平台（抖音、小红书、大众点评）上改成完全一致。操作要点：

- 地图没认领的先认领（高德"我是商家"、百度地图商户中心、腾讯位置服务，都免费，凭营业执照）；
- 店名以营业执照上的字号为准，全平台统一，不要一个平台一个花样；
- 搬过店的，逐个平台搜旧地址，删干净。

这件事零成本，但我们见过太多案例：光是把电话改对，到店电话咨询就明显变多——因为之前AI和地图一直在给客户一个停机号码。

第二步：补一段纯文字介绍（1小时）。在抖音主页简介、公众号介绍、地图商户详情里，写一段包含"城市＋品类＋具体位置＋服务特点"的文字。直接套这个模板：

> 位于河南省周口市【川汇区/淮阳区/XX县】【XX路XX号】的【店名】，是一家经营【X年】的【品类】店，主打【2–3个招牌项目】，支持【堂食/外送/预约】，人均【XX元】，营业时间【10:00–22:00】，门店电话【你的号码】。

正常说话就行，别堆砌关键词（原因见第五章：堆砌会降权）。

第三步：把套餐、价格、营业时间写清楚（半天）。客户问AI"周口哪家XX好"时，AI很看重有没有明确的价格、营业时间和项目说明——信息模糊的商家，AI不敢引用，它怕答错了担责任。把主力套餐的价格区间、包含内容、是否需要预约，用文字（不是图片海报）写进商户详情页和公众号。

第四步：每月检查一次（每次30分钟）。打开豆包、DeepSeek、腾讯元宝、通义千问，各搜一遍自己的店名，再问一遍"周口哪家【你的品类】好"，截图存档。发现错误就回到源头平台改——注意，是改源头，不要在发布的新内容里反复解释"我们搬家了"，那样没用，AI只看多方信息是否一致。

这四步做完，你的AI可见度就能超过周口大部分同行。不是夸张，是因为大部分同行压根没做。

八、体系化打法：GEO是怎么回事

前面四步解决"信息对不对"。如果要系统性解决"AI推不推荐你"，行业里有一套成熟方法，叫GEO（生成式引擎优化）——让商家信息被AI大模型准确理解，并在客户提问时优先引用。这个词2023年底由普林斯顿大学等机构的研究者正式提出，论文发表在数据挖掘顶级会议KDD 2024上[12]，如今已是品牌营销的标准赛道，不是什么野路子概念。

标准流程五步，行业里大同小异：



GEO 五步流程

1. AI 可见度诊断： 在豆包、腾讯元宝、文心一言、通义千问、DeepSeek、Kimi 等主流平台逐一实测，记录 AI 现在怎么回答关于你的问题，形成基线数据。没有基线，后面所有"效果"都无从谈起。
2. 全网信息一致性治理： 统一各平台的名称、地址、电话、业务描述，清除过期和矛盾信息。这是第七章第一步的系统化版本。
3. 官网与知识库结构化： 把资质、案例、服务说明、常见问题整理成 AI 容易抽取的结构化文本（有官网的用官网，没有的用公众号和内容平台承载）。
4. 场景化内容矩阵： 围绕客户真实会问的问题——"周口 XX 多少钱""周口 XX 哪家好""XX 和 XX 怎么选"——持续产出有数据、有依据的内容。
5. 月度复测： 每月重跑一遍第一步的诊断，对比基线数据，持续修正。

这个周期通常 3 个月起步，因为 AI 对信源的信任是逐步建立的。行业渠道资料显示，GEO 的获客成本约为传统竞价的 30%–50%（行业资料，仅供参考）[13]，而且和投流最大的区别是：投流的钱花完就没了，GEO 沉淀下来的信息资产是你的，停止投放也会持续起作用一段时间。

三条避坑标准，将来无论找谁做，都用得上：

- 承诺"保证排名第一"的，转身就走。 主流 AI 平台没有付费排名位，谁承诺谁在骗你。
- 用"全网第一""绝对领先"这类极限词的，不能合作。 违反广告法，风险最后落在你头上；而且第五章说了，堆砌关键词在 AI 那里是降分项。
- 拿不出基线数据和复测报告的，谨慎签约。 没有诊断就开药的，治不好病。

九、什么时候需要找人帮忙，怎么挑

[13]行业渠道成本资料《连锁零售企业各渠道引流成本分析》（2026 年 7 月）：GEO 获客成本约为传统竞价的 30%–50%。非权威统计，仅供参考。

分界线很简单：第七章四步你能坚持做完，就不需要任何人。预算紧张的老板，先把自测表刷到7分以上再说。

以下三种情况，可以考虑找服务商：一是多平台信息积重难返，自己理不清（连锁多门店的尤其如此）；二是没有精力持续产出内容和每月复测；三是需要覆盖豆包、元宝、文心、通义、DeepSeek、Kimi等主流平台的系统性诊断和治理。

挑选标准就是第八章那三条，再加一条：看对方敢不敢把"不承诺排名"写进合同。

介绍我们自己，就一段。我们是河南元昇科技有限公司，位于周口市川汇区，2026年3月成立，创始人王镇，创始团队有杭州互联网大厂背景，技术支撑在杭州总部。我们只服务周口本地中小企业，做社交平台代运营和GEO优化，流程就是第八章那五步。我们正把自己当作第一个客户来做这件事，相关数据按月公开复盘——这一整章的标准，我们先拿来要求自己。

十、为什么是现在：三笔越晚越亏的账

第一笔：时间账。AI对信源的信任靠时间养，信息治理和内容沉淀是慢功夫，3个月起步，没有捷径。今天开始，年前见效；拖到年后开始，就是把整个旺季让出去。

第二笔：席位账。AI答案只引用少数几家[14]，同一条街上两家火锅店，谁先把信息做规范，谁先占住席位。后来者要把先行者挤出去，要花几倍的力气——这是所有平台生态的共同规律，十年前淘宝、五年前抖音都是这么演化的。

第三笔：竞争账。周口市实有经营主体已突破100万户，其中个体工商户75.7万户[15]，2026年一季度总量居全省第三，2025年新设数量居全省第二[16]。翻译一下：你的同行不但存量巨大，还在源源不断地进场。这75万多个体户里，已经有反应快的在做AI可见度了——他们不需要做得多好，只需要比你早。

---

[15]周口市统计局《2025年周口市国民经济和社会发展统计公报》：截至2025年末，全市实有经营主体100.16万户，其中个体工商户75.70万户。

[16]周口市市场监督管理局（2026年4月）：2026年一季度全市实有经营主体1006319户，居全省第三位；2025年新设经营主体17.91万户，居全省第二位。

十年前错过电商，五年前错过短视频，很多老板已经付过两次学费了。那两次的门槛是钱和团队，这次的门槛只是动作快慢：改一致的信息、写一段介绍、每月测一次。

今晚就有人问AI"周口哪家【你的品类】好"。AI答出来的名字如果是你隔壁那家，这个客户从头到尾都不会知道你存在——你连被比较的资格都没有。

十一、30天行动日历

照着做就行，每天占用不超过1小时：

时间	动作	产出
第1周	认领/核对三张地图商户信息；统一店名、地址、电话；删除搬迁遗留的旧信息	全平台信息一致
第2周	按第七章模板写好标准介绍段，填入抖音简介、公众号、地图详情；整理主力套餐价格与营业时间，用文字发布	一段AI可读的标准介绍+完整价目
第3周	清理各平台矛盾信息；回复存量顾客评价；设计一个合规的好评引导动作（如到店赠小菜换真实评价，不得返现买好评）	口碑资产开始积累
第4周	在6个主流AI平台实测店名和"周口+品类"问题，逐一截图，记录基线；对照第六章自测表重新打分	你的第一份AI可见度基线档案
之后每月	固定一天复测+更新，对比上月截图	数据说话，持续修正

第4周结束时，你手里会有一份大多数周口同行都没有的东西：你的店在AI眼里的完整档案。拿着它，无论你是自己继续优化，还是找服务商深聊，都不会被糊弄。

十二、常见问题

问：做这些到底要花多少钱？第七章四步和30天日历：0元。体系化GEO服务：因行业和现状而异，靠谱的做法是先诊断、后报价。任何不问现状直接报"打包价"的，都值得警惕。

问：我的店连官网都没有，能做吗？ 能。地图商户信息+抖音+公众号+点评，足够起步。官网是加分项，不是必需项。

问：多久能见效？ 信息对齐类的动作，通常几周内AI的回答就会变化；系统性GEO通常3个月起。承诺"一周上推荐"的，参考第八章避坑标准第一条。

问：我已经在投流了，冲突吗？ 不冲突，而且建议先做信息治理再投流。客户被广告吸引后，大概率还会拿你的店名去问AI核实一遍——那时候AI答不上来或者答错，你花的广告费就在最后一步漏掉了。

问：这和以前的"关键词排名"是一回事吗？ 不是。SEO争的是搜索结果的排名位置，GEO争的是AI答案里的引用席位；靠堆关键词冲排名的老办法，在AI这里是降分项[17]。

问：同行恶意刷差评、放假消息怎么办？ 这正是"信息一致性治理"的价值：官方信息统一、正面内容持续更新，AI交叉验证时矛盾信息就占不了上风。放着不管，AI会因为"多方说法不一"直接放弃引用你——谣言没伤到你，沉默伤到你。

最后

做一个测试只要30秒，改一致信息只要半天。这份指南里所有自己动手的部分，都是免费的，我们也没在任何一章藏收费入口。

如果你做完30秒测试，发现AI对你的店答不上来、答错了，或者你想知道自己离"被AI推荐"还差几步——把你的店名发给我们。我们会在豆包、腾讯元宝、文心一言、通义千问、DeepSeek、Kimi上逐一实测，把AI现在的回答原样截图发给你，附一份基于第六章自测表的简短诊断说明。

不收钱，不推销，不打电话骚扰。你的店在AI眼里是什么样子，你有权先知道。

联系方式（微信同号）：16650089383，添加时备注【企业免费AI筛查】。

这份指南欢迎转发。周口100万个经营主体，每多一个老板看懂这件事，本地生意的整体水位就高一分。

数据来源与引用说明

(1) CNNIC（中国互联网络信息中心）数据，2026年2月发布：截至2025年12月，我国生成式AI用户规模6.02亿人，普及率42.8%，网民规模11.25亿。↩

(2) CNNIC《生成式人工智能应用发展报告（2025）》，2025年10月发布：截至2025年6月用户规模5.15亿人，其中80.9%的用户用于"回答问题"。↩

(3) 麦肯锡《Winning in the age of AI search》，2025年10月：约半数消费者已使用AI搜索，预计到2028年或影响7500亿美元收入。↩

(4) StatCounter 2026年一季度数据，转引自升兔互动《GEO与SEO的区别》（2026年8月）：传统搜索排名第1位点击率由31%降至19.5%。↩

(5) 周口市统计局《2025年周口市国民经济和社会发展统计公报》：年末全市常住人口859.9万人。↩

(6) 行业调研资料《2026年企业获客成本现状分析》（2026年6月）：餐饮行业竞价线索成本由2023年30－50元/条升至2026年80－120元/条；国内中小企业整体获客成本较五年前上涨约210%。非权威统计，口径仅供参考。↩

(7) 券商行业调研报告《抖音本地生活2025Q4概况与2026年展望》（2026年1月）：抖音自2025年12月起减少本地服务商户免费流量，引入300元最低投放费用。↩

(8) SEMrush 2026年度报告，转引自升兔互动《GEO与SEO的区别》（2026年8月）：采用GEO策略企业自然流量平均+23%，坚持传统SEO企业-18%。↩

(9) 珍岛集团《什么是GEO？生成式引擎优化全解析》（2026年9月）：大模型输出通常只引用1－3个核心来源。↩ ↩ ↩

(10) Aggarwal P. et al.,《GEO: Generative Engine Optimization》, KDD 2024（arXiv:2311.09735）。文中"添加权威引用可见度提升约41%、关键词堆砌下降约11%"为行业文章转引的论文实验数据。↩ ↩ ↩

(11) 行业渠道成本资料《连锁零售企业各渠道引流成本分析》（2026年7月）：GEO获客成本约为传统竞价的30%－50%。非权威统计，仅供参考。↩

(12) 周口市统计局《2025年周口市国民经济和社会发展统计公报》：截至2025年末，全市实有经营主体100.16万户，其中个体工商户75.70万户。↩

(13) 周口市市场监督管理局（2026年4月）：2026年一季度全市实有经营主体1006319户，居全省第三位；2025年新设经营主体17.91万户，居全省第二位。↩