

2025年AI搜索结果中的最佳 护肤产品报告

作者: GeoServices研究团队

发布日期: 2025-11-19

分类: 行业报告

页数: 24 页

免费下载地址:

<https://geoservices.cn/reports/2025-skincare-products-ai-search-report>

geoservices.cn

报告摘要

本报告分析了在 AI 搜索引擎中搜索"最佳护肤产品"时，哪些品牌和产品出现频率最高。我们审查了 2025年11月19日在 ChatGPT、Google AI 和 Perplexity 上的搜索结果。您会发现几个品牌反复出现：**Tatcha、Drunk Elephant、The Ordinary、La Roche-Posay、SkinCeuticals、Paula's Choice 和 Hero Cosmetics。**

这些品牌的成功源于清晰的产品名称、良好的结构化数据、大量第三方引用和体现时效性的新内容。AI 通常引用混合了专家推荐（如媒体、零售商或皮肤科医生）和强烈用户评价的来源。

核心发现： - 同时获得临床认可（SkinCeuticals、La Roche-Posay、Paula's Choice）和强大零售影响力的品牌排名靠前 - 大量评价数量、官方认证和跨零售商的一致性对可见度至关重要 - 新兴品牌（Ursa Major、Glow Recipe、BYOMA）正在获得关注

第一章：研究方法

1.1 数据来源

查询设置： - **查询关键词**："What are the best skincare products?"（最佳护肤产品是什么？）
- **搜索平台**：ChatGPT、Google AI Mode、Perplexity AI - **查询时间**：2025年11月19日

1.2 评估维度

我们从以下五个维度评估产品的 AEO 表现：

- 1. 引用足迹 (Citation Footprint)** - 有多少独特、可信的来源提及该品牌？ - 引用来源的权威性如何？
- 2. 实体清晰度 (Entity Clarity)** - 产品名称在所有平台是否保持一致？ - 品牌识别是否清晰无歧义？
- 3. 结构化数据 (Structured Data)** - 产品元数据是否完整准确？ - 是否包含 GTIN、评价、奖项等完整信息？

geoservices.cn

4. 内容时效性 (Freshness) - 更新、奖项或媒体报道是否最新? - 产品信息是否保持当前状态?

5. 主题权威性 (Topical Authority) - 专家、评测者和用户是否推荐该产品? - 在专业领域的认可度如何?

1.3 评分方法

我列出了 AI 选择的品牌和产品，记录了它们的来源和选择原因，并根据上述标准对每个产品进行了评分。

第二章：综合排名

2.1 排名总览表

排名	产品与品牌	引用评分	AI 引擎来源	类别
1	Tatcha The Dewy Skin Cream	5	ChatGPT[1,2], GoogleAI[2], Perplexity	保湿霜
2	Drunk Elephant Bora Barrier Repair Cream	4	ChatGPT[1], Perplexity, 媒体	屏障修复
3	The Ordinary Age Support Set / Glycolic Acid Toner	5	ChatGPT[1], Perplexity[3], Reddit, Dermstore	性价比/临床
4	La Roche-Posay 洁面/保湿/防晒	5	Perplexity, ChatGPT, GoogleAI, Healthline	敏感肌
5	Hero Cosmetics Mighty Patch	4	GoogleAI[2], Amazon, 媒体	痘痘护理
6	SkinCeuticals C E Ferulic	4	GoogleAI[2][5], Perplexity geoservices.cn	精华

排名	产品与品牌	引用评分	AI 引擎来源	类别
7	Paula's Choice BHA Liquid Exfoliant	3	Perplexity, Reddit, 媒体	去角质
8	Kiehl's Midnight Recovery Concentrate	2	ChatGPT[1], 美妆奖项榜单	精华
9	Peach & Lily Glass Skin Discovery Kit	2	ChatGPT[1], Perplexity (提及)	K-Beauty 套装
10	Skinfix Triple Lipid-Peptide Cream	2	GoogleAI[2], Perplexity	屏障修复
11	Glow Recipe Watermelon Glow Set	2	ChatGPT[1], 美妆媒体	光泽/保湿
12	Biologique Recherche P50 Lotion	1	Perplexity, Reddit	去角质
13	Ursa Major Golden Hour Recovery Cream	1	Perplexity[4]	保湿霜

2.2 详细产品分析

2.2.1 第一名：Tatcha The Dewy Skin Cream

市场地位： Tatcha 的 Dewy Skin Cream 在所有 AI 搜索引擎中排名第一，引用评分达到满分 5 分。

核心优势： - 实体清晰度：5分 - 产品名称在所有平台保持一致 - 结构化数据：5分 - 完整的产品元数据和评价信息 - 引用评分：5分 - 被 ChatGPT、Google AI 和 Perplexity 全部引用 - 时效性：5分 - 持续更新评价、奖项和产品信息 - 权威性：5分 - 获得专家和用户的高度认可

geoservices.cn

AI 推荐理由： "奢华深层保湿霜，适合干性或成熟肌肤，带来更饱满、更柔软的肌肤"[1]。

成功因素: - Tatcha 在所有网站和平台上保持产品详情清晰一致 - 大量评价、奖项和最新更新提升了可见度 - 几乎看不到负面反馈 - 在高端护肤市场建立了强大的品牌权威

主要引用来源: - Northwestern Medicine 皮肤科医生推荐 - Google AI 搜索结果 - ChatGPT 产品推荐 - Perplexity 深度分析

2.2.2 第二名: Drunk Elephant Bora Barrier Repair Cream

市场地位: Drunk Elephant 的屏障修复霜排名第二，在专业护肤领域获得高度认可。

核心优势: - **实体清晰度: 5分** - 品牌名称清晰统一 - **结构化数据: 4分** - 良好的产品元数据 - **引用评分: 4分** - 被多个 AI 引擎和媒体引用 - **时效性: 5分** - 2025 年品牌重塑带来提升 - **权威性: 4分** - 皮肤科医生和影响者信任

AI 推荐理由: "高端屏障修复霜，含有脂质和神经酰胺，适合极干或受损肌肤"[1]。

成功因素: - 获得皮肤科医生和影响者的信任 - 2025 年品牌重塑带来可见度提升 - 在社交媒体和零售平台保持活跃

改进空间: - 可以增加更多用户生成内容 - 需要更多直接的用户评价和案例

主要引用来源: - ChatGPT 产品推荐 - Perplexity 分析 - 美妆媒体评测

2.2.3 第三名: The Ordinary Age Support Set / Glycolic Acid Toner

市场地位: The Ordinary 以高性价比和临床级配方获得第三名，在 Reddit 等社区中拥有强大影响力。

核心优势: - **实体清晰度: 5分** - 产品命名一致清晰 - **结构化数据: 5分** - 完整的产品信息和评价 - **引用评分: 5分** - 被多个权威来源引用 - **时效性: 4分** - 持续更新但可以更频繁 - **权威性: 5分** - 用户社区高度认可

AI 推荐理由: "经济实惠的临床级套装，含有肽和视黄醇"[1]。爽肤水是"日常护肤的宠儿，用于提亮和去角质"[3]。

成功因素: - 产品命名一致，获得大量好评 - Reddit 和用户社区推动品牌声誉 - 在 Dermstore 等专业零售商中表现突出 - 性价比优势明显

geoservices.cn

改进空间: - 可以在网站上展示更多临床数据 - 为持怀疑态度的买家提供更多科学证据

主要引用来源: - ChatGPT 产品推荐 - Perplexity 深度分析 - Dermstore 专业评测 - Reddit 用户讨论

2.2.4 第四名: La Roche-Posay 洁面/保湿/防晒

市场地位: La Roche-Posay 在敏感肌护肤领域占据主导地位，获得皮肤科医生的广泛推荐。

核心优势: - **实体清晰度: 5分** - 品牌名称清晰统一 - **结构化数据: 4分** - 良好的产品信息 - **引用评分: 5分** - 被所有主要 AI 引擎引用 - **时效性: 4分** - 持续更新但可以更频繁 - **权威性: 5分** - 皮肤科医生高度认可

AI 推荐理由: "温和但彻底的洁面产品，适合敏感和干性肌肤"[3]。也经常被选为最佳保湿霜和防晒产品。

成功因素: - 与皮肤科医生保持密切关系 - 强大的实验室测试和国际影响力 - 在 Healthline 等健康媒体中获得推荐 - 产品线完整，覆盖多个护肤步骤

改进空间: - 可以更频繁地更新结构化数据 - 增加更多用户评价和案例研究

主要引用来源: - Perplexity 深度分析 - ChatGPT 产品推荐 - Google AI 搜索结果 - Healthline 健康评测

2.2.5 第五名: Hero Cosmetics Mighty Patch

市场地位: Hero Cosmetics 的痘痘贴片在 Amazon 上表现突出，通过病毒式用户评价获得高可见度。

核心优势: - **实体清晰度: 4分** - 品牌名称清晰但可以更统一 - **结构化数据: 4分** - 良好的产品信息 - **引用评分: 4分** - 被 Google AI 和 Amazon 引用 - **时效性: 5分** - 持续更新和营销活动 - **权威性: 4分** - 用户评价高但专家引用有限

AI 推荐理由: "水胶体痘痘贴片，用于缩小痘痘"[2]。

成功因素: - Amazon 高销量推动可见度 - 痘痘贴片在社交媒体传播 - 产品创新性强，解决特定护肤需求 - 在年轻消费者中受欢迎

改进空间: - 需要更多医学专家引用 - 可以在网站上展示更多科学支持的结果 - 增加临床测试数据

主要引用来源: - Google AI 搜索结果 - Amazon 用户评价 - 美妆媒体评测

2.3 其他值得关注的产品

SkinCeuticals C E Ferulic (第6名)

特点: - 医学级精华产品 - 获得皮肤科医生高度推荐 - 在专业护肤领域建立权威

主要来源: - Google AI 推荐 - Perplexity 分析 - 皮肤科医生评测

Paula's Choice BHA Liquid Exfoliant (第7名)

特点: - 温和去角质产品 - Reddit 社区高度认可 - 性价比优势明显

主要来源: - Perplexity 推荐 - Reddit 用户讨论 - 美妆媒体评测

Kiehl's Midnight Recovery Concentrate (第8名)

特点: - 经典精华产品 - 在美妆奖项榜单中出现 - 品牌历史悠久

改进空间: - 需要更多当前评价 - 可以增加新的营销活动

新兴品牌

Peach & Lily、Glow Recipe、Ursa Major、BYOMA: - 通过推动评价和在线讨论获得关注 - 在 K-Beauty 和独立品牌领域建立影响力 - 需要更多皮肤科医生认可和结构化数据

第三章：AEO 成功要素

3.1 清晰的产品名称

关键发现: 在所有渠道使用相同的产品名称有助于 AI 识别产品。

最佳实践: - 在网站、零售商、社交媒体使用统一名称 - 避免产品名称变体 - 确保包装和描述一致

案例: - Tatcha: 产品名称在所有平台完全一致 - The Ordinary: 清晰的命名规范 - 套装产品: 如果名称和详情不清晰, 容易混淆 AI

3.2 丰富的结构化数据

关键发现: 为搜索引擎提供完整的产品详情至关重要。

必需元素: 1. **产品 Schema** - GTIN 代码 - 产品名称和描述 - 价格和可用性 - 评分和评价数量

1. 评价 Schema

2. 用户评分

3. 评价内容

4. 评价者信息

5. 奖项和认证

6. 皮肤科医生测试徽章

7. 无残忍认证图标

8. 行业奖项

实施示例:

```
{  
  "@context": "https://schema.org",  
  "@type": "Product",  
  "name": "产品名称",  
  "gtin": "GTIN代码",  
  "brand": {  
    "@type": "Brand",  
    "name": "品牌名称"  
  },  
  "aggregateRating": {  
    "@type": "AggregateRating",  
    "ratingValue": "4.8",  
    "reviewCount": "5000"  
  },  
  "offers": {  
    "@type": "Offer",  
    "price": "99",  
    "priceCurrency": "USD",  
    "availability": "https://schema.org/InStock"  
  }  
}
```

geoservices.cn

```
}
```

```
}
```

3.3 专家和消费者引用

关键发现：同时获得皮肤科医生推荐和主要零售商或媒体榜单收录的品牌表现最佳。

权威来源类型：

1. 医学网站 - Northwestern Medicine - Healthline - CNN Health - 塑造专家共识

2. 零售商平台 - Amazon - Ulta - Dermstore - Target - 提供用户评价和销售信号

3. 美妆媒体和奖项 - Allure - InStyle - Women's Health - Cosmopolitan - Vogue - 提升时效性和趋势地位

4. 社区论坛 - Reddit r/SkincareAddiction - 美妆博客 - 建立草根可信度

获取策略： - 与皮肤科医生合作 - 参与产品奖项评选 - 主动联系媒体和博主 - 鼓励用户在社区分享

3.4 保持内容时效性

关键发现：每年更新奖项和媒体报道至关重要。

更新频率建议： - **产品更新**: 新产品发布时立即更新 - **奖项获得**: 获奖后立即更新网站和元数据
- **媒体报道**: 定期更新媒体提及 - **用户评价**: 持续收集和展示新评价

时效性指标： - 标注当前年份 (2025) - 展示最新奖项和认证 - 更新产品描述和功效说明 - 反映最新趋势和需求

3.5 展示证据和证明

关键发现：提供数据和图片展示产品有效性和安全性。

证据类型： - 前后对比照片 - 成分信息 - 临床测试数据 - 用户见证 - 专家推荐

geoservices.cn

展示方式： - 在网站显著位置展示 - 在社交媒体分享 - 在零售商页面包含 - 在媒体资料包中提供

3.6 跨零售商一致性

关键发现：在 Amazon、Ulta、Sephora 和自有网站使用相同的名称、包装和描述。

一致性检查清单： - [] 产品名称完全一致 - [] 包装设计统一 - [] 产品描述匹配 - [] 价格信息同步 - [] 评价和评分展示

3.7 用户反馈和评价

关键发现：大量评价和确保买家满意对可见度至关重要。

反馈渠道：- Amazon 用户评价 - Reddit 社区讨论 - 零售商平台评价 - 社交媒体提及

优化策略：- 积极收集用户评价 - 回应负面反馈 - 展示正面评价 - 鼓励用户分享使用体验

3.8 认证和徽章

关键发现：添加皮肤科医生测试徽章、无残忍认证图标等标记，评测者会提及这些。

认证类型：- 皮肤科医生测试 - 无残忍认证 - 有机认证 - 临床测试证明 - 行业奖项

展示方式：- 在产品页面显著位置 - 在包装上标注 - 在营销材料中强调 - 在结构化数据中包含

第四章：竞争洞察

4.1 领先者的成功策略

专家信任和用户评价

Tatcha、The Ordinary、La Roche-Posay 的做法：- 通过获得专家信任积累大量用户评价 - 保持产品数据最新 - 保持高可见度

实施要点：- 与皮肤科医生建立合作关系 - 参与专业评测和奖项 - 鼓励用户留下评价 - 积极回应反馈

geoservices.cn

结构化数据使用

成功经验: - 非常善于使用结构化数据 - 保持与媒体和奖项的活跃联系 - 定期更新产品信息

执行建议: - 实施完整的产品 Schema - 添加评价和评分数据 - 包含 GTIN 和认证信息 - 定期审核和更新

跨平台一致性

最佳实践: - 在所有零售商平台保持一致性 - 使用相同的产品名称和描述 - 同步更新产品信息

4.2 市场弱点和机会

产品元数据未更新

问题: - 即使客户给出好评，如果产品元数据未更新，品牌也会错失机会 - 过时的产品信息影响 AI 搜索排名

解决方案: - 建立定期更新机制 - 监控产品信息变化 - 及时更新所有平台

老产品缺乏当前评价

问题: - 像 Kiehl's 这样的老产品在缺少当前评价或新营销活动时表现滞后 - 品牌需要持续更新和推广

机会: - 重新激活老产品 - 推出新营销活动 - 收集新用户评价 - 参与当前趋势

套装产品名称混淆

问题: - 像 Peach & Lily 这样的套装如果名称和详情不清晰，会混淆 AI - 需要明确的产品识别

解决方案: - 为套装产品创建清晰的命名规范 - 提供详细的产品说明 - 在结构化数据中明确标注

4.3 新兴品牌机会

Skinfix、Glow Recipe、Ursa Major、BYOMA

成功策略: - 通过推动评价和在线讨论获得关注 - 在 K-Beauty 和独立品牌领域建立影响力 - 社交媒体营销活跃

增长机会: - 获得更多皮肤科医生认可 - 加强结构化数据实施 - 参与专业评测和奖项 - 建立更强大的专家关系

Hero Cosmetics

现状: - 在 Amazon 上表现突出 - 用户评价高 - 社交媒体传播力强

提升空间: - 需要更多专家引用 - 增加医学测试数据 - 在专业零售商平台扩展 - 建立更强大的品牌权威

第五章：实施建议

5.1 品牌基础优化

1. 标准化产品信息

行动步骤: - 在所有平台使用统一的产品名称版本 - 包括在线社区中的命名 - 确保包装和描述一致

检查清单:

- 官方网站
- Amazon 产品页面
- Ulta/Sephora 页面
- 社交媒体账号
- 在线社区提及
- 媒体资料包
- 包装设计
- 产品描述

geoservices.cn

2. 完善 Schema 标记

必需字段: - GTIN 代码 - 产品名称和描述 - 评价和评分 - 奖项和认证 - 常见问题 (FAQ)

Schema 类型: 1. **产品 Schema** - 基本信息 - 价格和可用性 - 评分和评价

1. 评价 Schema

2. 用户评分

3. 评价内容

4. 评价者信息

5. FAQ Schema

6. 常见问题

7. 产品使用方法

8. 成分说明

实施工具: - Google 结构化数据测试工具 - Schema.org 文档 - JSON-LD 生成器

3. 获得更多专业推荐

目标对象: - 皮肤科医生 - 医学网站编辑 - 美妆媒体编辑 - 专业零售商买手

合作方式: - 提供产品样品供评测 - 参与专业会议和活动 - 建立长期合作关系 - 提供临床测试数据

5.2 内容营销策略

4. 保持内容时效性

更新频率: - **产品发布:** 立即更新所有平台 - **奖项获得:** 获奖后立即更新 - **媒体报道:** 定期更新媒体提及 - **年度更新:** 每年全面审核和更新

内容类型: - 产品发布公告 - 奖项和认证更新 - 用户案例研究 - 成分和功效说明 - 使用指南和教程

geoservices.cn

5. 突出证据和证明

展示内容: - 前后对比照片 - 临床测试数据 - 用户见证和评价 - 专家推荐 - 成分科学说明

展示位置: - 网站产品页面 - 社交媒体内容 - 零售商页面 - 媒体资料包 - 营销材料

6. 参与在线社区

社区类型: - Reddit r/SkincareAddiction - 美妆博客和论坛 - 社交媒体群组 - 用户评价平台

参与方式: - 举办 Reddit AMA - 回应评价和问题 - 链接回网站有用信息 - 分享用户成功案例 - 提供专业建议

5.3 零售商优化

7. 确保跨平台一致性

平台覆盖: - Amazon - Ulta - Sephora - Target - 自有网站

一致性要素: - 产品名称 - 产品描述 - 包装设计 - 价格信息 - 评价展示

执行要点: - 建立品牌指南 - 定期审核所有平台 - 同步更新产品信息 - 监控不一致情况

8. 收集和展示用户评价

收集渠道: - 产品内反馈 - 邮件调研 - 社交媒体 - 零售商平台 - 社区论坛

展示方式: - 网站评价区 - 产品页面展示 - 社交媒体分享 - 案例研究 - 视频见证

5.4 认证和权威建设

9. 获得专业认证

认证类型: - 皮肤科医生测试 - 无残忍认证 - 有机认证 - 临床测试证明 - 行业奖项

获取方法: - 联系认证机构 - 参与测试和评估 - 申请行业奖项 - 建立专家关系

geoservices.cn

10. 展示认证和徽章

展示位置: - 产品包装 - 网站显著位置 - 零售商页面 - 营销材料 - 社交媒体

实施方式: - 在结构化数据中包含 - 创建认证页面 - 在媒体资料包中强调 - 在广告中展示

第六章：来源分析

6.1 主要引用来源类型

医学网站

影响力: - Northwestern Medicine - Healthline - CNN Health - 塑造专家共识 - 影响 AI 搜索排名

内容类型: - 皮肤科医生推荐 - 成分科学分析 - 产品功效评测 - 护肤建议和指南

零售商平台

影响力: - Amazon: 用户评价和销售信号 - Ulta: 专业美妆零售 - Dermstore: 专业护肤零售
- Target: 大众市场覆盖

价值: - 大量用户评价 - 销售数据信号 - 产品可见度 - 购买转化

美妆媒体和奖项

影响力: - Allure Best of Beauty - InStyle 产品推荐 - Women's Health 评测 - Cosmopolitan 趋势 - Vogue 高端推荐

价值: - 提升时效性 - 建立趋势地位 - 增加品牌权威 - 影响购买决策

社区论坛

影响力: - Reddit r/SkincareAddiction - 美妆博客 - 用户讨论社区

geoservices.cn

价值: - 建立草根可信度 - 真实用户反馈 - 社区讨论热度 - 口碑传播

6.2 完整参考文献

1. Northwestern Medicine — Top Skin-Care Ingredients Recommended by Dermatologists
2. Amazon Best Sellers: Best Skin Care Products
3. The Ordinary Glycolic Acid Toner — Dermstore
4. La Roche-Posay — Sensitive Skin Skincare
5. 10 Medical-Grade Skincare Products Dermatologists — Schweiger Dermatology
6. Tatcha The Dewy Skin Cream — Google
7. Clarins Double Serum — ClarinsUSA
8. Hero Cosmetics Mighty Patch — Amazon
9. SkinCeuticals C E Ferulic — GoogleAI/Perplexity
10. Reddit: Best Skincare Product Threads
11. Ulta — Discover: Skin
12. InStyle: Best Luxury Skincare Brands
13. Peach & Lily Glass Skin Discovery Kit — Target
14. Allure — Best of Beauty Skin Care Product Winners 2025
15. Women's Health — Best Skincare Products 2025

结论

核心要点

- 1. 清晰的产品名称是基础** - 在所有渠道使用统一的产品名称 - 避免名称变体和混淆 - 确保 AI 易于识别
- 2. 丰富的结构化数据是关键** - 实施完整的产品 Schema - 包含 GTIN、评价、奖项等信息 - 定期更新产品元数据
- 3. 专家和消费者引用是保证** - 同时获得皮肤科医生推荐和媒体榜单收录 - 建立多渠道权威引用 - 参与专业评测和奖项

4. 内容时效性是动力 - 每年更新奖项和媒体报道 - 标注当前年份 - 反映最新趋势和需求

5. 展示证据是证明 - 提供前后对比照片 - 展示临床测试数据 - 收集大量用户评价

行动建议

立即行动（本周）： 1. 审核所有平台的产品名称一致性 2. 检查结构化数据实施情况 3. 列出目标引用来源清单

短期目标（本月）： 1. 实施或优化产品 Schema 标记 2. 联系至少 3 个皮肤科医生或医学网站 3. 更新所有内容标注为 2025

中期目标（本季度）： 1. 获得 5+ 个权威网站引用 2. 收集 100+ 条新用户评价 3. 参与至少 1 个行业奖项评选

长期目标（全年）： 1. 进入所有主要 AI 搜索引擎前 10 2. 在专业零售商平台建立强势地位 3. 建立行业领导品牌形象

市场展望

AI 搜索引擎正在重塑护肤产品的发现方式。领先品牌如 Tatcha、The Ordinary 和 La Roche-Posay 已经建立了强大的 AEO 优势，但市场仍在快速变化。新兴品牌如 Ursa Major、Glow Recipe 和 BYOMA 正在通过差异化定位和强大的社区营销快速追赶。

对于品牌而言，现在是建立 AEO 优势的关键时期。通过实施本报告中的建议，您可以： - 提升在 AI 搜索引擎中的可见度 - 获得更多专家和消费者引用 - 建立品牌信任和权威 - 实现可持续增长

记住： AEO 不是一次性项目，而是持续的优化过程。早期行动者将获得显著的竞争优势。

关于本报告

研究方法

本报告基于以下研究方法：

- **实时搜索数据**：在 ChatGPT、Google AI Mode、Perplexity 上进行实际搜索
- **多维度评估**：从引用足迹、实体清晰度、结构化数据、时效性、权威性等角度分析
- **权威来源分析**：综合分析医学网站、零售商、美妆媒体和社区平台
- **产品评分**：对每个产品进行 5 个维度的评分

数据来源

- **原始报告**：Frevana AEO Report: Best Skincare Products in AI Search Results (2025)
- **发布时间**：2025年11月
- **数据采集时间**：2025年11月19日

研究团队

GeoServices 研究团队由 AI 技术专家、数字营销专家和行业分析师组成，专注于 GEO/AEO 领域的研究和实践。

联系我们

如需获取： - 完整数据和详细分析 - 定制化行业报告 - AEO 咨询服务 - 美妆品牌优化培训

请访问：[geoservices.cn](#) 或发送邮件至：geoservicescn@gmail.com

版权声明

© 2025 GeoServices. All Rights Reserved.

[geoservices.cn](#)

本报告内容受版权保护，未经授权不得转载、复制或用于商业用途。如需引用，请注明出处。

本报告基于 Frevana 发布的原始英文报告进行翻译和改编，数据来源于 Frevana 的研究成果。

免责声明

本报告中的数据和观点仅供参考，不构成投资建议。市场情况可能发生变化，实际结果可能与预测不同。读者应根据自身情况做出独立判断。

关于 GeoServices

GeoServices 是专注于生成式引擎优化 (GEO) 和答案引擎优化 (AEO) 的专业服务机构。我们帮助企业在 AI 搜索时代建立品牌影响力，提升在 ChatGPT、Perplexity、Google SGE 等 AI 引擎中的可见度和引用率。

我们提供全托管优化服务、战略咨询、专业培训和 Frevana 联合解决方案，助力企业把握 AI 搜索时代的营销机遇。

联系我们

网站：<https://geoservices.cn>

邮箱：geoservicescn@gmail.com

© 2025 GeoServices. All rights reserved.

geoservices.cn