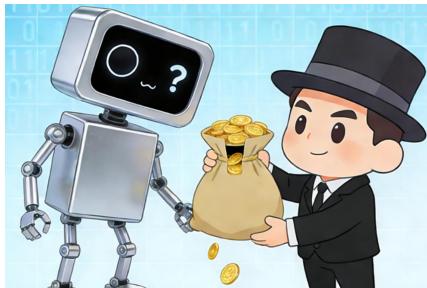


只需299元，就能“买通”AI推荐你的产品？

2026年01月18日 11:31 来源：中国新闻网



近期，有消费者反映，向AI提问时，回答中可能会出现特定品牌的推荐信息。虽然AI通常被设定为保持中立、客观的立场，但当涉及产品推荐时，它真的能做到完全客观吗？

记者调查发现，市场上已出现一类“让产品更容易被AI推荐”的服务。有商家称，“你不布局，AI推荐的就是你的同行。”律师则称，

相关服务或触及法律红线。

知乎研究院2025年发布的《AI驱动消费决策 营销变革白皮书》显示，消费者向AI咨询消费类问题已成为日益主流的行为。55%的消费者认为溯源答主的专业回答对购买决策影响大，最终促成81%的消费者部分采纳AI建议完成购买。

这种消费方式的变革，也催生出新的市场需求。记者调查发现，市场上已出现一类“让产品更容易被AI推荐”的服务。这类服务通常被称为GEO (Generative Engine Optimization, 生成式引擎优化)，其核心原理并非直接“命令”AI，而是通过发布包含产品信息的文章，影响AI数据源，从而使AI在回答时更容易推荐相关产品。

《2025年中国GEO行业发展报告》（以下简称“报告”）也指出，中国消费者在AI环境下，对人工智能已经有了较高的信任度。“AI能否正确认知并推荐我的品牌”已成为每一个广告主和品牌方必须面对的新兴命题，GEO也因此应运而生。

在某二手交易平台上，可见多个提供GEO优化服务的商家，服务定价和提供方式各异。

例如，商家A提供两种套餐：月卡版299元（面向无网络优化基础用户），年度版298元（面向有推广优化基础用户），并称月卡版限制少、年度版限制多。

商家B推出长期版，价格299元，包含4000个算力。创建一篇文章需5个算力，发布一篇文章需1个算力。

商家C报价350元一年，元旦活动价200元，称包含售后与更新服务，并赠送1000体力。永久版980元，元旦活动价650元。

在此背景下，也有人提出质疑：GEO优化通过影响AI推荐来宣传产品，此举是否涉嫌违法？

北京嘉潍律师事务所合伙人、律师赵占领认为，一些GEO优化行为可能触及三条法律红线：

第一，涉嫌违反广告可识别性原则。根据《互联网广告管理办法》，互联网广告必须使消费者能够辨明其为广告。GEO优化的核心手法，是通过大量铺设看似客观的“测评”、“分析”等内容，影响AI数据源，使AI在回答中“自然”推荐特定品牌。这种将商业推广深度伪装成中立结论的行为，使广告丧失了可识别性，侵犯了消费者知情权。

第二，涉嫌虚假宣传。如果商家“投喂”给AI模型的信息包含对产品功效、成分、市场份额等方面虚假或夸大描述，并最终被AI采信和传播，那么商家就构成了典型的虚假宣传。

第三，涉嫌不正当竞争。通过技术手段人为压制竞争对手信息的曝光，提升自身产品的推荐排名，这种操纵信息流的行为破坏了公平竞争的市场秩序，损害了其他经营者的商业信誉，涉嫌违反《反不正当竞争法》。

赵占领认为，GEO优化服务本质上仍属于通过一定媒介和形式介绍商品或服务的广告行为。服务商向客户收取费用，通过策划、制作、发布特定内容来影响消费者认知和决策，符合广告经营活动的特征。因此，其自身运营必须遵守《广告法》对广告经营者、发布者的各项规定。

赵占领表示，这类服务商的主要法律风险在于，其可能为违法广告行为提供了技术支持和便利条件。尽管部分服务商在系统中用小字标注“请勿违反广告法”，但这种形式化的提醒并不能免除其法律责任。如果服务商明知或应知客户购买服务是为了进行虚假宣传，却仍然提供“内容生成-多平台批量投放”的一站式服务，则可能与客户构成共同侵权，承担连带责任。

单词:	shè jí	tuī jiàn	chù jí	qū dòng
	涉 及	推 荐	触 及	驱 动
	jué cè	biàn gé	cuī shēng	yǐn qíng
	决 策	变 革	催 生	引 擎
	shòuhòu	cè píng	kuā dà	tóu fàng
	售 后	测 评	夸 大	投 放

- 讨论:
- 面对AI推荐的内容，你通常会怎么判断它是不是收钱打的广告？
 - AI推荐语经常会把普通零食写成“国潮必买”误导买家购买，你认为应该给这种推荐划条红线？请简单说一说。

源新闻: <https://www.chinanews.com/sh/2026/01-19/10554407.shtml>

音声 URL: <http://ttcn.co.jp/sound/text/files202601201768879480.mp3>