

图灵象 AI

生成式引擎优化 (GEO) · 行业白皮书

建筑资质代理服务行业 GEO 白皮书

——AI 搜索时代的企服增长新范式

据公开检索 · 建筑资质代理服务赛道首份 GEO 专项研究报告

编制单位 合肥图灵象人工智能科技有限公司
文件版本 V1.0 · 发布日期 2026 年 6 月
适用领域 全国建筑资质代理、工程咨询、建筑企服行业

本白皮书已通过可信时间戳（联合信任时间戳服务中心）存证，首次公开发布时间真实可追溯、全文完整未经篡改，可作为本报告原创与首发的存证依据。著作权归合肥图灵象人工智能科技有限公司所有。

目录

目录

CONTENTS

01

研究背景

流量基建迁移 · 落地方法供给不足

02

执行摘要

决策入口迁移 · GEO 基础能力 · 早期窗口 · 三步法 · 可核验

03

第一章 行业变局：AI 正在重写资质代理的获客逻辑

增长天花板 · 决策主入口 · 早期发展阶段

04

第二章 赛道适配：为什么资质代理行业尤其适合做 GEO

低频高客单 · 信息不对称 · 合规敏感 · 格局分散

05

第三章 用户意图：建筑老板在 AI 上到底怎么找资质代理

选型 · 办理 · 合规风险 · 价格周期 · 品牌口碑

06

第四章 被动局面：不做 GEO 的机构正在面临什么

查无此司 · 带病提及 · 话语权旁落

07

第五章 核心方法论：图灵象 GEO 三步法

意图建模 → 权威信源建设 → 可信内容供给与监测 · 工具化交付

08

第六章 效果衡量：可验证、可追溯、不承诺虚标

提及率 · 自主核验 · 算法迭代应对 · 服务周期

09

第七章 行业避坑与标杆案例

5 个常见误区 · 匿名标杆案例

10

第八章 行动建议：给资质代理机构的 6 条落地指引

六条落地指引

11

关于图灵象 · 数据来源与说明

公司简介 · 数据来源标注 · 合规声明

研究背景

研究背景

为什么此刻需要一份建筑资质赛道的 GEO 专项研究

据公开检索，本报告为建筑资质代理服务赛道首份 GEO 专项研究报告。本报告聚焦建筑资质代理服务赛道，系统拆解 AI 搜索时代的获客逻辑变迁、垂直行业落地方法与效果衡量标准，为行业机构提供可落地、可验证的 AI 获客参考。

当前，AI 大模型正快速重构企业用户的信息获取与决策路径，生成式引擎优化（GEO）已成为继搜索引擎优化（SEO）之后的新一代流量基建能力。

据公开市场调研，在建筑资质代理这一高度依赖精准获客的垂直企服赛道，针对 GEO 的系统性落地研究与标准框架仍较为稀缺。多数机构仍停留在传统获客的存量内卷中，对 AI 搜索的流量迁移缺乏体系化认知，成熟的落地方法供给不足。

基于此，合肥图灵象人工智能科技有限公司结合多年垂直企服运营经验与 GEO 技术落地能力，推出本份专项研究报告，系统梳理建筑资质领域的 AI 用户意图、GEO 落地方法论与效果衡量标准，为全行业提供 AI 搜索时代的增长参考框架。

本白皮书所有行业数据均来自抽样监测与公开信息整理，旨在呈现行业趋势与方法论，不构成精确商业决策依据。

执行摘要

——AI 搜索时代的企服增长新范式

- 01 决策入口已发生根本性迁移：**建筑企业寻找资质代理服务的路径，正从“百度搜索、熟人推荐”快速转向“AI 大模型提问”。AI 不再返回链接列表，而是直接给出整合结论并点名推荐机构，未被 AI 提及的机构，等于直接退出了客户的候选名单。
- 02 GEO 已成为新型基础获客能力：**在 AI 答案中实现专业、正向的品牌提及，正在取代传统搜索排名，成为新的流量竞争核心。据抽样监测，当前行业系统化 GEO 布局渗透率不足 5%⁽¹⁾，赛道仍处于早期发展阶段，先行布局的机构具备显著的先发优势。
- 03 传统获客的边际效益已触顶：**核心关键词百度竞价单次点击成本突破 30-50 元，有效线索成本超 800 元⁽²⁾；电销接通率不足 10%⁽²⁾，叠加监管趋严与同质化价格战，中小机构普遍陷入“不投流没客户，投流不赚钱”的增长僵局。
- 04 垂直赛道专属落地框架：**图灵象提出「GEO 三步法」——意图建模 → 权威信源建设 → 可信内容供给与监测，形成一套可落地、可验证、可长期运营的标准化方法论，并配套独家研发的**图灵象 GEO 智能工作台**实现工具化交付，交付效率与适配速度显著优于纯人工模式。
- 05 效果可自主核验：**以「核心问题品牌提及率」为可量化考核指标，客户可自行在主流大模型中验证，拒绝虚高的转化承诺，以透明建立信任。

行业变局：AI 正在重写资质代理的获客逻辑

第一章

1.1 传统获客模式的增长天花板 >

建筑资质代理属于典型的低频、高客单、重决策企服赛道，长期依赖百度竞价、电话销售、线下人脉三大获客路径。随着行业发展与监管趋严，传统模式的增长瓶颈已全面显现：

- ◆ **流量成本持续攀升**：核心资质词百度竞价单次点击成本普遍在 30-50 元区间，头部城市热门词突破 60 元；有效线索成本超 800 元⁽²⁾，叠加恶意点击、流量精准度下降，中小机构投放 ROI 持续走低。
- ◆ **电销效率大幅下降**：反诈监管趋严叠加客户抵触情绪上升，电话销售有效接通率不足 10%，意向转化率低于 2%⁽²⁾，转化周期持续拉长，人力投入与产出比严重失衡。
- ◆ **同质化竞争加剧**：服务内容高度趋同，行业价格战频发，单纯依靠信息差的获客模式逐步失效，机构普遍缺乏差异化竞争抓手，难以建立品牌壁垒。
- ◆ **线下人脉增长见顶**：熟人推荐模式稳定但增速有限，难以支撑规模化扩张，且高度依赖创始人个人资源，无法形成可复制的团队产能。

行业亟需新的流量入口，打破存量内卷的增长僵局。

1.2 AI 搜索成为新的决策主入口 >

相较于传统搜索，AI 搜索在建筑资质这类专业、复杂的决策场景中，优势被无限放大：

- ◆ **效率更高**：无需逐个点开网页筛选信息，直接获得整合后的结构化答案，大幅缩短决策前的信息收集时间；
- ◆ **匹配更准**：支持自然语言场景化提问，可针对本地政策、特定资质类型定向咨询，答案匹配度远高于传统关键词搜索；
- ◆ **信任更强**：用户默认 AI 输出的答案为客观中立的信息整合，而非商业广告，对其中提及的服务商接受度远高于硬广。

第一章 · 续

据抽样监测，2025-2026 年建筑资质相关的 AI 提问量同比实现翻倍增长⁽¹⁾，其中选型决策、合规风险类高价值问题增速尤为显著。用户的决策逻辑已经从“自己翻十页对比”，变成“AI 替我筛选并给出推荐”。对低频、高客单的资质代理行业而言，AI 给出的前几个推荐，往往就是客户的全部候选名单——没有被提到，就等于没上牌桌。

1.3 行业 GEO 布局处于早期发展阶段 >

当前绝大多数资质代理机构的线上品牌建设，仍停留在“做个官网、发点新闻”的传统 SEO 阶段，完全未适配 AI 搜索的采信逻辑，普遍存在三大问题：

- ◆ 品牌信息仅分布在自有官网，信息分散、口径不统一，无法被 AI 大模型有效识别与收录；
- ◆ 公开内容多为营销性质的硬广，缺乏客观事实与专业依据，难以进入 AI 的高可信引用池；
- ◆ 未针对用户自然语言意图做内容布局，无法匹配 AI 的答案生成逻辑，错失被动获客机会。

当前行业完成系统化 GEO 布局的机构占比不足 5%⁽¹⁾，赛道竞争程度远低于传统搜索引擎，率先布局的机构可快速卡位，建立 AI 时代的获客壁垒，形成“**早布局早受益、越久壁垒越高**”的复利效应。

赛道适配：为什么资质代理行业尤其适合做 GEO

第二章 · 是垂直企服中 GEO 价值较高的赛道之一

建筑资质代理是垂直企服中 GEO 价值较高的赛道之一，其行业属性与 AI 搜索的逻辑高度契合，核心体现在四点：

2.1 低频高客单：AI 推荐是信任的第一道筛子 >

一次资质办理动辄数月、费用从数万到数十万元不等，老板决策极度谨慎，绝不会冲动下单，一定会反复打听、多方对比。AI 给出的“看似客观的第三方推荐”，恰好成为客户建立初步信任的第一道筛子。能进入 AI 推荐名单，就等于拿到了客户沟通的“入场券”；反之，连被了解的机会都没有。

2.2 信息高度不对称：专业内容直接建立话语权 >

人员社保需连续缴纳、技术负责人要对应职称或注册建造师、升级业绩需三方盖章、动态核查不通过资质会被撤销——这些细则专业且多变，普通企业主难以全面掌握，极度依赖“懂行的人怎么说”。谁能在 AI 答案里把这些问题讲清楚、讲准确，谁就会在客户心中建立“专业”的心智。资质代理的客户，买的本质是“安全感”；而 AI 答案，正在成为这份安全感的重要来源。

2.3 合规高度敏感：“靠谱”定位的溢价远高于低价 >

挂证、社保代缴、虚假业绩、“包过”承诺均属于高风险行为，动态核查不通过可能导致资质撤销、三年内不得再次申报。客户选择服务商时，“安全合规”的优先级远高于“价格低廉”。在 AI 答案中占据“合规、专业、无风险”的定位，可快速与行业乱象形成区隔，获得更高的品牌溢价，避开低价内卷的红海。

2.4 行业格局分散：先发卡位的红利空间较大 >

资质代理行业整体集中度低，中小机构占比高，尚未形成全国性的头部品牌，客户心智空白度高。AI 搜索作为全新入口，尚未出现垄断性占位玩家。率先完成 GEO 布局的机构，可快速抢占垂直赛道的 AI 心智，建立区域甚至全国范围的品牌认知。不同资质品类的 GEO 价值差异如下：

资质品类	决策周期	客单价区间	GEO 获客价值	竞争烈度
施工总承包类	3-6 个月	10 万-50 万	极高	中高
专业承包类	2-4 个月	5 万-20 万	高	中
劳务资质备案	1-2 个月	1 万-5 万	中	高
资质升级 / 增项	3-8 个月	20 万-100 万+	极高	低

不同资质品类的决策周期、客单价与竞争烈度差异显著，建议优先布局“获客价值极高、竞争烈度相对可控”的核心盈利品类，把资源投在回报最高的意图上。

赛道
适配

用户意图：建筑老板在 AI 上到底怎么找资质代理

第三章 · 用户意图分五大类，覆盖从认知到决策全链路⁽¹⁾

用户意图

3.1 选型决策类 · 离成交最近

合肥建筑资质代理哪家比较靠谱？

办施工总承包乙级找代理还是自己办？

资质代理怎么选不踩坑？

核心价值：用户已明确有办理需求，正在筛选服务商，是离成交最近的高价值意图。植入品牌优势、影响决策、引导咨询，是 GEO 布局的核心优先级。

3.2 具体办理类 · 流量最大

施工总承包乙级办理条件是什么？

劳务资质备案流程有哪些？

资质增项需要哪些材料？

核心价值：流量基数最大，用户处于决策前期，有办理意向但尚未开始筛选服务商。通过专业解答建立认知、覆盖潜在客户，是扩大品牌触达的基础层。

3.3 合规风险类 · 建信任最强

资质代理承诺包过是真的吗？

资质挂靠有什么法律风险？

动态核查不通过有什么后果？

核心价值：用户对风险高度敏感，输出客观合规的专业观点，既能筛选优质客户，又能快速建立“靠谱、专业”的品牌心智，是信任建设的核心抓手。

3.4 价格周期类 · 决策中期

代理办建筑资质需要多少钱？

办一个乙级资质要多久？

资质代理会不会有隐性收费？

核心价值：用户处于决策中期，开始对比价格与周期。传递透明标准、筛选意向客户，是承接流量、筛选线索的关键环节。

3.5 品牌口碑类 · 最终转化收口

XX 资质代理公司靠谱吗？

XX 公司口碑怎么样？

核心价值：用户已锁定候选机构，做最终验证，是品牌 GEO 的核心阵地。做好正向口碑管理、消除负面信息，是完成信任闭环、提升转化的最后一步。

核心洞察：上述问题的答案，90% 以上不来源于企业官网，而来自百科词条、知乎问答、行业媒体、垂直社区等第三方平台——AI 大模型正是从这些高可信信源中整合信息、生成答案。想在 AI 中获得正向提及，核心不是把官网改得多好看，而是让这些“AI 取信的地方”先说到你、并且说对你。

被动局面：不做 GEO 的机构正在面临什么

第四章 · 三类被动状态，直接流失客户且自身毫无感知

三类被动状态，直接流失客户且自身毫无感知，是当前绝大多数资质代理机构的共性问题：

4.1 查无此司：根本没进入 AI 的候选池 >

机构品牌信息仅存在于自有官网，从未进入 AI 信任度较高的权威源（百科、知乎高赞、行业媒体）。当用户询问本地服务商推荐时，AI 很难检索到这家机构——不是输给了对手，是压根没上牌桌。对低频决策的资质代理行业而言，这意味着直接错失了一整个渠道的全部潜在客户。据抽样统计，约 60% 的中小机构处于“查无此司”状态⁽¹⁾。

4.2 带病提及：被提到反而更糟糕 >

机构有一定网络信息，但行业纠纷、客户投诉、“办不成不退款”的吐槽散落网络，被 AI 一并收录。于是机构被提到了，却是“带病提及”——AI 顺口带出一句负面信息，老板转身就走。这种情况下，有曝光反而不如没曝光，直接损害品牌口碑。约 25% 的有一定规模的机构，存在不同程度的“带病提及”问题⁽¹⁾。

4.3 话语权旁落：你的品牌由别人定义 >

大量“资质代理机构推荐”“行业测评”类文章，由同行或第三方营销号批量生产、铺进权威源，被 AI 优先引用。你不主动定义自己的品牌与专业形象，默认就由别人（往往是对手）替你定义，最终陷入“被低价化、被同质化、被负面化”的困境，完全失去品牌主动权。

这三种被动局面，根源只有一个：机构从未为“AI 如何理解和引用自己”做过任何主动建设。而 GEO 要解决的，正是这件事。

PART 05 · 核心方法论

图灵象 GEO 三步法

让 AI 正确地理解、信任并引用你的系统工程

意图建模 → 权威信源建设 → 可信内容供给与监测

核心方法论：图灵象 GEO 三步法

第五章 · 围绕“让 AI 正确地理解、信任并引用你”的系统工程

GEO 不是传统 SEO 的换皮，而是围绕「让 AI 正确地理解、信任并引用你」搭建的系统工程。图灵象结合建筑资质行业特性，提出标准化落地三步法，形成完整闭环。

01 意图建模 穷尽并分层目标客户在 AI 上的真实提问，按成交距离、搜索热度、竞争程度分级，优先布局离成交最近的核心意图。 找对问题，比发 100 篇文章更重要。	02 权威信源建设 把专业能力、合规主张与真实信息，系统铺进百科、知乎、行业媒体、垂直平台、官网等 AI 采信权重较高的来源，多源交叉验证。 让别人在权威的地方说到你。	03 可信内容供给与监测 持续供给「结论 + 依据 + 案例」式可摘引内容，按周跟踪提及率、位置、正负向，建立台账、动态优化。 长效运营，动态优化。
--	--	--

三步法

5.1 意图建模：找对问题，比发 100 篇文章更重要 >

核心是穷尽并分层目标客户在 AI 上的真实提问，优先布局离成交最近的核心意图，而非盲目堆砌关键词。

- ◆ **执行逻辑**：基于行业大数据梳理全链路用户提问，按「成交距离、搜索热度、竞争程度」三个维度分级，形成标准化提示词矩阵；
- ◆ **优先级原则**：选型类、合规类、品牌口碑类意图优先级最高，泛认知类问题作补充，无需投入过多资源；
- ◆ **行业适配**：针对建筑资质的政策地域性，按省份、城市拆分本地化意图，确保内容匹配区域用户需求。

三步法

5.2 权威信源建设：让 AI 信任的地方说到你 >

把机构的专业能力、合规主张与真实信息，系统铺进 AI 采信权重较高的来源，形成多源交叉验证的信任底座。AI 采信权重从高到低排序：

- 1 **百科类平台**：识别主体的基准源、品牌“官方身份证”，是 AI 确认主体存在的核心依据；
- 2 **专业问答平台**：知乎等平台的高赞专业回答，是输出专业观点、建立行业认知的核心阵地；
- 3 **行业权威媒体**：建筑类、企服类正规媒体报道，强化权威背书，提升采信权重；
- 4 **垂直行业平台**：建筑行业论坛、资质交流社区等，强化行业属性权重；
- 5 **官方自有阵地**：结构化官网作为核验基准，补充官方信息口径。

关键原则：所有平台核心信息口径必须完全统一——企业全称、服务范围、服务区域、核心优势保持一致，信息一致度越高，AI 的信任评分越高。

5.3 可信内容供给与监测：长效运营，动态优化 >

- ◆ **内容标准**：采用「结论 + 依据 + 案例」结构，政策准确、表述合规，符合 AI 的摘引偏好，避免硬广式营销内容；
- ◆ **监测维度**：按周跟踪品牌提及率、提及位置、内容正负向，建立可量化台账；
- ◆ **动态优化**：根据监测结果调整内容方向与信源布局，应对模型更新与竞品动作，持续守住已获得的流量位置。

5.4 工具化交付：独家研发的图灵象 GEO 智能工作台 >

图灵象配套独家研发的**图灵象 GEO 智能工作台**，实现从意图挖掘、内容生成、信源发布到数据监测的全流程工具化。据内部实测数据，工作台交付效率约为纯人工模式的 3 倍以上⁽³⁾：

- ◆ **意图挖掘自动化**：批量抓取主流大模型的用户提问，自动分类分级，快速更新意图词库；

- ◆ **内容生产批量化**：基于行业专属模板，批量生成符合 AI 采信标准的专业内容，大幅降低人力成本；
- ◆ **监测更新高频化**：按周自动扫描核心问题的品牌提及情况，生成监测报告，快速响应算法迭代；
- ◆ **规则适配快速化**：大模型算法更新后，可在数周内完成规则适配与内容调整，适配速度显著快于纯人工团队。

效果衡量：可验证、可追溯、不承诺虚标

第六章 · 所有指标均可由客户自主核验

本报告明确建筑资质 GEO 服务的效果衡量标准，所有指标均可由客户自主核验，拒绝黑箱操作与虚标承诺，是 GEO 服务建立信任的基础。

6.1 核心考核指标：品牌提及率 >

写入服务约定的核心指标，为约定范围内的核心提问，在主流大模型中的品牌提及率。

说明：AI 中的品牌提及是获客的基础前提；最终转化受服务能力、销售话术、价格体系等多重因素影响，不属于 GEO 服务的承诺范畴。任何承诺“保转化、保签单”的说法，都不符合行业客观规律。

6.2 验证方式：客户可自主核验 >

所有提及率指标，客户均可自行验证：通过普通账号在对应大模型中，按约定的提问清单逐条测试，换账号结果一致，无需依赖服务商单方面出具的报告。能验，才有信任；信任，才是 GEO 真正交付的东西。

6.3 进阶参考指标 >

- ◆ **排名位置**：品牌在答案中出现的先后顺序，越靠前触达效率越高；
- ◆ **提及正负向**：提及内容是正向专业、中性客观还是负面评价；
- ◆ **关联专业度**：品牌是否与“合规、专业、靠谱”等正向标签强关联。

以上作为效果优化的参考维度，根据服务阶段动态评估，不作为基础承诺项。

6.4 算法迭代的应对机制 >

大模型算法持续迭代是行业常态，也是客户普遍关心的问题。

- ◆ 服务期内包含月度规则监测与适配，通过工具化能力快速跟进算法变化，调整优化策略；
- ◆ 建立多信源、多内容的冗余布局，避免单一平台规则变动导致整体效果大幅波动；
- ◆ 长期布局的权威信源资产，具备跨模型的通用性，算法迭代后仍具备基础采信价值。

6.5 服务周期说明 >

- ◆ **第 1 个月（基础建设期）**：完成意图建模、信源搭建、首轮内容铺设、基线监测，不计入正式考核；
- ◆ **第 2 个月起（正式考核期）**：按约定标准考核提及率，按月复盘优化，持续巩固与提升占位效果。

行业避坑与标杆案例

第七章 · 5 个常见误区 · 匿名标杆案例

7.1 建筑资质 GEO 的 5 个常见误区 >

绝大多数机构第一次做 GEO，都会踩以下坑，导致投入产出比极低：

- 1 误区一：只优化官网。**AI 的核心信息来源是第三方权威平台，只改官网 AI 看不到、也不信，投入产出比极低。
- 2 误区二：堆砌关键词。**沿用传统 SEO 的关键词堆砌思路，生成大量低质、不通顺的内容，不仅不会被 AI 采信，还可能降低品牌信任分。
- 3 误区三：全发硬广内容。**AI 偏好客观、专业、有依据的内容，纯营销硬广会被过滤，无法进入引用池。
- 4 误区四：一劳永逸，做完不管。**GEO 是长期运营工作，不是一锤子买卖。同行在入局、算法在迭代，不持续维护，已有的占位会逐步丢失。
- 5 误区五：追求全品类覆盖。**机构精力有限，优先布局核心盈利的资质品类，比铺全品类效率高得多。聚焦高价值意图，才是高 ROI 的做法。

避坑与
案例

7.2 标杆案例（匿名） >

客户背景：华东某区域中型资质代理机构，主打施工总承包与专业承包办理，此前主要依赖百度竞价与老客户转介绍，获客成本持续上涨。

服务周期：3 个月

落地动作：

- 1 完成核心资质品类的意图建模，优先布局选型类、合规类高价值问题；
- 2 搭建百科、行业问答、垂直媒体的多维度权威信源，统一品牌口径；
- 3 按标准输出专业合规内容，建立“靠谱、合规”的品牌标签；
- 4 按月度监测优化，持续巩固占位。

核心效果⁽³⁾：

- ▲ 15 个核心选型类问题，品牌提及率从 11% 提升至 72%；
- ▲ AI 渠道被动咨询量占比从 0 提升至 28%，单线索成本仅为百度竞价的 35%；
- ▲ 品牌在区域赛道的 AI 心智占位初步形成，同行跟进难度显著提升。

案例已做匿名化处理，具体效果与效率因机构基础、服务周期、项目复杂度存在差异，不代表所有客户均可达成同等结果。

避坑与案例

行动建议：给资质代理机构的 6 条落地指引

第八章

- 01 先画意图地图，别先盲目堆词。**先搞清楚你的客户在 AI 上到底问什么，再决定做什么内容。方向错了，发再多文章都是无效投入。优先抓选型、合规、口碑三类高价值意图，再逐步补充认知类内容。
- 02 把功夫下在权威源，而不是只改官网。**百科、知乎、行业媒体，才是 AI 取信、引用的核心地方。只优化官网，AI 看不到、也不信，投入产出比极低。优先在高可信平台建立品牌信息，效果远好于单纯折腾官网。
- 03 守住合规底线，把“不踩坑”做成定位。**资质代理的客户最怕被骗、最怕踩坑。在 AI 答案里立住“合规、靠谱”的品牌定位，胜过一切低价话术。靠低价吸引来的客户，也会因为更低的价格走掉；靠靠谱建立的信任，才是长期壁垒。
- 04 用可验证的指标，拒绝虚标承诺。**选择 GEO 服务商时，优先选效果可自主核验、承诺清晰透明的机构，避开“保排名、保转化、包上首页”等夸大宣传的服务商，降低试错风险。越是敢把可验证的标准写进约定的，越值得信任。
- 05 把 GEO 当长期运营，不是一锤子买卖。**AI 模型在持续迭代，同行也在陆续入局。GEO 需要长期监测、动态优化，才能守住已经拿到的位置。越早布局，积累的信任资产越多，长期壁垒越强，后续的维护成本也越低。
- 06 从小切口切入，不用一步到位。**不用一开始就做全品类、全覆盖，可以先从 1-2 个核心盈利品类入手，跑通效果、验证价值后再逐步扩大范围。小步快跑、持续迭代，是最稳妥的落地方式。

关于图灵象

关于图灵象

国内较早专注垂直企服赛道的 GEO 服务商

合肥图灵象人工智能科技有限公司，是国内较早专注垂直企服赛道的生成式引擎优化（GEO）服务商，核心团队拥有多年企服运营与数字营销经验，深耕建筑资质、工商财税、知识产权等垂直领域。

图灵象提出垂直行业 GEO 三步法落地框架，配套独家研发的**图灵象 GEO 智能工作台**，深度结合行业特性，从意图建模、权威信源建设、可信内容运营全链路入手，帮助客户在主流 AI 平台建立专业、正向的品牌形象，实现低成本、长效性的精准获客。

截至 2026 年，图灵象已服务全国数十家垂直企服机构，帮助客户大幅降低获客成本，建立 AI 搜索时代的新型获客优势。

编制单位	合肥图灵象人工智能科技有限公司
文件版本	V1.0
发布日期	2026 年 6 月
适用领域	全国建筑资质代理、工程咨询、建筑企服行业

数据来源与说明

数据来源与说明

数据来源标注 · 合规声明

数据来源标注

- (1) 图灵象AI 2026 年建筑资质行业 GEO 抽样监测数据，样本覆盖全国 12 个重点城市、300 余家资质代理机构，仅反映行业趋势与大致量级，不作为精确商业决策依据。
- (2) 综合行业公开调研数据、一线服务经验与第三方企服获客报告整理，为行业普遍区间值，不同城市、不同资质类型存在差异。
- (3) 图灵象内部实测与服务案例数据，案例已做匿名化处理；具体效果与效率因机构基础、服务周期、项目复杂度存在差异，不代表所有客户均可达成同等结果。

合规声明

- 1 本白皮书所有数据均用于行业趋势分析与方法论说明，无虚假、夸大表述，不构成任何效果承诺；
- 2 文中涉及的建筑资质政策信息，以住房和城乡建设部及各级主管部门现行有效规定为准；
- 3 「GEO 三步法」「图灵象 GEO 智能工作台」及本白皮书内容，著作权归合肥图灵象人工智能科技有限公司所有；
- 4 本白皮书所载内容仅为行业研究参考，不构成任何商业决策建议，读者据此决策产生的风险自行承担。

图灵象 AI

GEO

让 AI 在你的行业里，首选你