AI+商业系列之三

AI 辅助购物迎突破，GEO 有望重塑获客模式

优于大市

◆ 行业研究·行业快评 ◆ 商贸零售 ◆ 投资评级：优于大市（维持）

证券分析师：	张峻豪	021-60933168	zhangjh@guosen.com.cn	执证编码：S0980517070001
证券分析师：	孙乔容若	021-60375463	sunqiaorongruo@guosen.com.cn	执证编码：S0980523090004
证券分析师：	柳旭	0755-81981311	liuxu1@guosen.com.cn	执证编码：S0980522120001

事项：

AI 搜索正在重塑信息入口，购物推荐成为核心使用场景，推动品牌传播模式的彻底变革。GEO（生成式引擎优化）通过多模型协作实现从问题到答案的全过程。

国信零售观点：新技术的普及与应用往往伴随行业格局的重塑，催生新的增长机遇。当前，AI 技术的落地应用已成为各行业布局的核心方向，而电商领域因其场景复杂度高、数据体量庞大等特点，成为 AI 技术最重要的应用场景之一。当前用户信息获取方式正从传统搜索转向生成式 AI 对话，GEO 有望成为后续品牌商营销转型的重点方向，不仅对品牌线上获客逻辑、流量运营模式产生深刻变革，更为具备技术整合能力的电商服务商和跨境电商企业开辟了新的增长空间。

1）推荐深耕平台生态、AI 工具化落地领先的代运营商，此类企业能够深入用户洞察、营销方法、选品开发环节，更有效适配 GEO 模式下提升“答案”权重的逻辑，同时与大平台深度合作基础，能调动充足 AI 工具包，**推荐：壹网壹创、青木科技、若羽臣等；2）推荐跨境电商板块：**平台型公司有望通过 AI 赋能中小客户内部降本增效；同时 GEO 模式也将有助于头部运营型企业独立站的发展，优化盈利结构，**推荐：焦点科技、小商品城、安克创新等。**

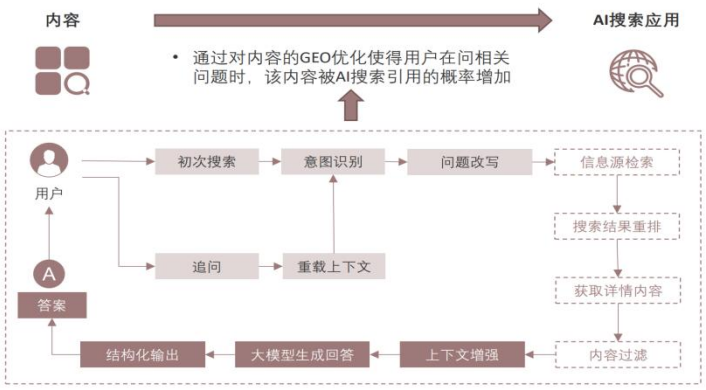
评论：

◆ GEO 模式开启品牌线上营销新方向

GEO（Generative Engine Optimization，生成式引擎优化），指生产并优化内容或数字资产，以提升其在生成式 AI 工具（如 ChatGPT、豆包、千问等）或 AI 搜索引擎中的曝光率。

其发展的背景在于：随着用户信息获取方式正在被 AI 工具的大规模应用而产生根本性转变。根据 Xsignal 奇异因子发布的《AI 搜索时代：从 GEO 到 AIBE 的品牌新蓝图 | GEO 白皮书 | 2026》显示，目前中国大模型月活用户接近 5 亿、全球突破 12.7 亿，用户开始逐步形成在大模型平台搜索信息的习惯，因而 GEO 这一全新数字营销策略得到市场关注，与传统 SEO（搜索引擎优化）优化关键词和排名不同，GEO 着眼于品牌内容能否被 AI 大模型理解并推荐。

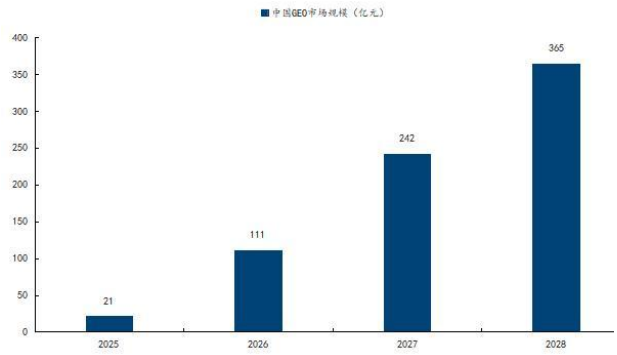
图1：GEO 定义



资料来源：头豹研究院、国信证券经济研究所整理

中国 GEO 市场规模增长迅速，商用企业获客转化率高于传统搜索引擎。艾瑞咨询数据显示，2025Q2 中国 GEO 市场规模同比增长 215%，超 78%的企业决策者将 AI 搜索优化列为数字化转型优先级。市场研究机构 Gartner 预测，到 2026 年传统搜索引擎的流量将下滑 25%，AI 聊天机器人及其他虚拟 AI 优化方式将进一步抢占搜索营销的市场份额。据中国信通院《2025 生成式引擎优化产业白皮书》实测数据显示，GEO 商用后，AI 推荐场景的企业获客转化率较传统搜索提升 2.8 倍，用户决策周期缩短 40%，预计 GEO 有望成为后续品牌商家营销转型的重点方向。

图2：中国 GEO 市场规模变化



资料来源：头豹研究院、国信证券经济研究所整理

图3：SEO 与 GEO 区别



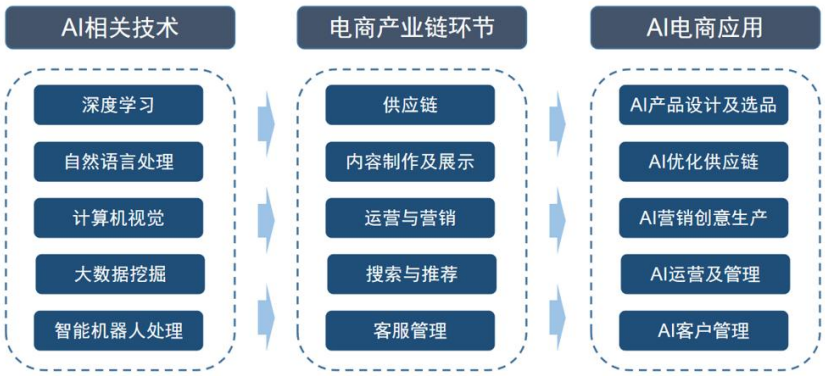
资料来源：明略科技、国信证券经济研究所整理

AI 应用爆发年，新技术赋能电商

作为数字化程度最高的商业形态，同时属于产业链长、参与方多、信息呈现形式丰富、数据量和市场规模十分庞大的行业，如下图所示，AI 的相关技术对电商行业中的供应链运营、内容营销、日常运营管理以及售前售后的客服管理都有赋能融合点，有望优化整个产业链的运营效率。

而在 GEO 环节，AI 工具将深度学习消费者的购物偏好等数据，优先展示其感兴趣的商品、推送商品信息，以提升消费者的购买意愿及终生价值。这一技术的演进预计也将会为电商生态带来新的流量场景。目前来看，拥有完整商业生态、商品数据库及强大 AI 技术底座（如阿里巴巴的“千问”）等平台，在推进 GEO 商业化方面具备更充分的条件和动力。

图4：AI 电商的应用及落地



资料来源：艾瑞咨询、国信证券经济研究所整理

海外探索，谷歌强化 AI 赋能购物

2026 年 1 月 11 日，零售巨头沃尔玛与科技领袖谷歌共同宣布，将谷歌 Gemini 人工智能与沃尔玛及山姆会员店的庞大商品库无缝对接。主要从三个维度带来变化：1）缩短购物链路：当用户提出购物需要时，不再只是简单给出网页链接，而是直接呈现沃尔玛官网和门店的具体商品，并在对话中持续推荐相关物品。2）个性化推送：关联账户后，系统根据用户购物历史推荐配套商品，自动合并购物车，并同步你的 Walmart+或山姆会员专属福利。3）优化配送服务：依托沃尔玛本地化供应链，数十万商品可实现最快 30 分钟送达，满足紧急购物需求。

该体验将率先在美国的 Gemini 应用中推出，之后逐步推广至全球。这标志着继 2025 年沃尔玛与 OpenAI 合作后，AI 赋能购物体验的又一重要里程碑。

图5：谷歌与沃尔玛合作主要方向

能力维度	具体表现	用户价值
商品无缝接入	Gemini对话中自动推荐沃尔玛和山姆会员店的线上线下商品，例如春季露营装备	购物需求与AI助手的无缝衔接，无需跳转应用
个性化与会员整合	根据用户历史购买记录推荐互补商品，合并线上和店内订单，整合会员权益	统一的、个性化的购物体验，充分利用会员权益
快速履约集成	支持到店自提和配送，数十万种本地精选商品可在3小时内送达，最快30分钟	满足即时性需求，提升购物体验的便捷性

资料来源：亿邦动力、国信证券经济研究所整理

◆ 代运营商：AI 技术应用端的搬运工，GEO 开辟企业业务增量空间

线上服务商作为产业链的中间环节，**凭借与头部电商平台的深度合作绑定基础，叠加在与品牌商合作中对于消费者需求洞察、品牌全链路投放策略制定等领域的长期积累，具备快速构建 GEO（生成式电商优化）内容生成能力的先发优势。**未来有望为品牌提供涵盖语义解析、结构化内容构建、投放效果实时追踪及迭代优化的全流程 GEO 服务。基于此，我们判断在 GEO 模式发展初期，代运营商有望承接品牌部分营销预算，助力品牌在 AI 时代实现精准触达与高效转化。

1）**壹网壹创：**公司正加速推进战略转型，从传统“全域电商运营服务商”向“专家服务+AI SaaS 化工具”双轮驱动的 AI 电商服务模式升级，且为阿里集团首批 AI Agent 战略合作伙伴，具备深厚的平台资源与技术协同基础。目前，公司旗下“大师生图”“云见”等垂直领域 AI 应用工具已实现商业化落地，2025 年第四季度商业化收入环比呈现增长态势。随着产品功能的持续迭代打磨及客户服务深度的不断提升，AI 应用服务业务有望在 2026 年成为公司业绩增长的重要驱动力，同时对提升整体服务效率、拓展中高端客户群体形成积极赋能。

表1：主要国产大模型

公司 AI 工具	功能定位
云见系统	消费需求的洞察，为品牌提供数据决策报告
大师生图系统	AI 商品营销图片、营销素材自动生成
数素投系统	广告投放的自动生，以及投放决策优化提升
智能客服系统	AI 客服服务，提升 CRM 效率和用户体验

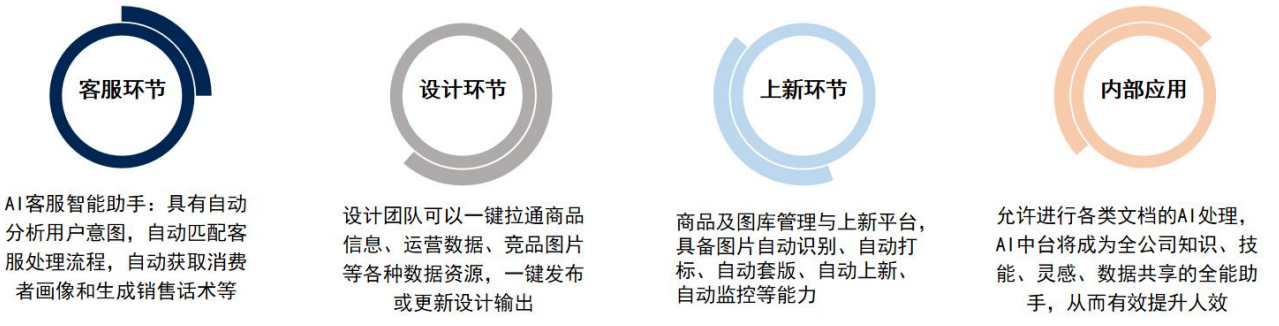
资料来源：各企业官方公众号、官网、国信证券经济研究所整理

针对电商搜索从传统 SEO 向 GEO 演进的行业趋势，公司保持密切跟踪与深度研究，依托在电商服务领域尤其是阿里平台多年积累的合作经验，以及与平台在 AI 战略层面的深度共创，在 GEO 内容优化、多平台协同运营等核心环节构筑了差异化优势，目前已启动专项团队建设，积极抢抓这一潜在增长机遇。公司运作 GEO 的三大优势：1）内容优化能力：具备适配 GEO 的内容优化能力；2）与阿里深度合作：阿里在具备商品图谱、闭环商业、用户习惯链路及千问技术底座的基础上，成为 GEO 商业化条件最成熟的平台，公司作为与阿里 AI agent 深度合作的少数服务商，在 GEO 内容优化效率上领先；3）多平台 GEO 能力：具备阿里、抖音、小红书等多平台运作经验和数据。

2）**青木科技：**公司较早布局 AI 技术与业务的融合，2023 年已完成数据中台与 AI 技术的深度融合升级，自主研发“青木青灵”AI 系统，并率先在电商运营的客服响应、创意设计、店铺日常运营等核心环节落地应用，实现运营效率的初步提升。

公司传统 AI 投流业务（青木啄木鸟）通过自有模型识别品牌对应消费者人群，抓取其线上活跃数据进行精准匹配推送，提升人群匹配度与转化效率。2025 年 1-9 月公司 AI 业务收入同比增长超 30%，其中青木啄木鸟业务收入约四五千万。后续公司将大力发展 GEO 业务布局，依托啄木鸟底层数据模型，具备抓取 AI 应用中消费者问题信息源的能力；再通过青木青灵接通千问、DeepSeek、豆包、元宝等主流大模型，将品牌素材链接推送到 AI 答案中，缩短转化步骤、提升效率。

图6：青木科技的 AI 技术的应用环节



资料来源：公司公告、国信证券经济研究所梳理

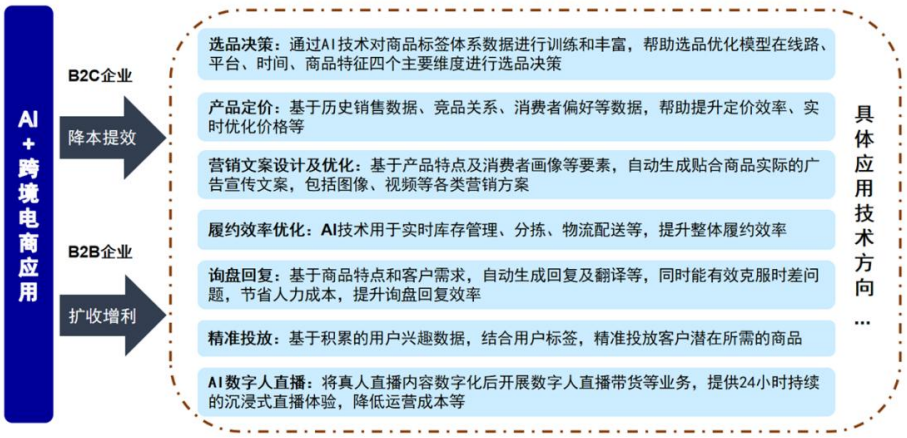
3）**若羽臣：**聚焦 AI 技术在营销场景的落地应用，公司自主研发一系列营销辅助工具，例如结合品牌特性及消费场景打造的线上互动模拟体验环境，有效丰富了消费者购物场景，提升了用户参与度与转化效率。近期，公司已通过阿里云正式接入 DeepSeek 大模型，将 AI 能力全面渗透至运营决策、内容营销、客户服务、创意设计等核心业务领域，借助外部技术赋能进一步优化业务流程，强化精细化运营能力。

◆ 跨境电商：AI 技术应用先行者，有望优化企业运营中的不确定环节

GEO 模式海外电商行业也同样产生了深刻变革。自 23 年生成式 AI 应用技术快速发展以来，跨境电商企业均实施了积极的探索，由于跨境电商的产业链环节复杂多变，通过 AI 技术应用可以解决多重经营痛点。帮助企业利用海量数据进行精细化运作，并解放人力资源成本，实现企业运营效率的提升。

而与国内不同的是，海外电商渠道除了亚马逊等第三方平台外，也有着较为成熟独立站运营环境。如企业能够形成成熟 GEO 的获客方法论，将企业的独立站讯息为大模型所选择和采纳，将有助于企业渠道结构的优化和盈利能力的提升。

图7：AI 技术在跨境电商领域的应用方向

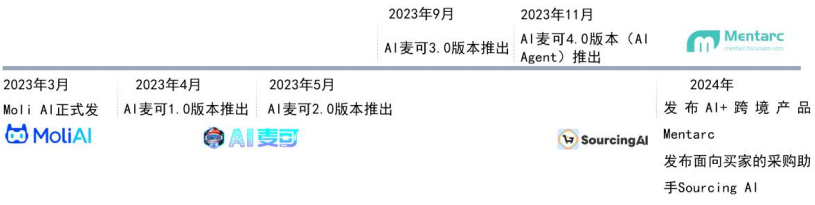


资料来源：欧睿咨询、国信证券经济研究所整理

1）焦点科技：公司于 2023 年 4 月在 B2B 跨境外贸业内率先推出 AI 智能助手“AI 麦可”，且不断迭代升级。公司在 2024 年成立了 AI 事业部，汇聚公司内外的优质资源，加大 AI 领域的创新力度。目前 AI 麦可完成了向人工智能代理（AI Agent）的转型，自主解决问题的能力增强，且持续运营 AI 麦可、Mentarc、Sourcing AI、Moli AI 四款 AI 产品三款 AI 产品，同时覆盖跨境卖家、海外买家、独立站的需求。

而公司旗下的“焦点领动”作为外贸建独立站与运营服务商，早在去年 9 月便发布了 GEO 解决方案。帮助企业在新流量入口中抢占先机，实现品牌曝光与获客效率提升。

图8：焦点科技旗下 AI 业务发展历程及功能介绍



AI产品	目标客户	主要功能
AI麦可	中国制造网外贸商家	产品发布；内容生成；素材处理；行业拓客；商机跟进等20多项细分功能
Moli AI	独立站运营人员	内容创作；AI运营；网站内容编写和翻译等数十项细分功能
Sourcing AI	全球买家	辅助决策、快速报价、定制推荐等服务
Mentarc	全球分销商和跨境电商卖家	解决选品、货源查找、店铺运营等多方面的难题

资料来源：焦点科技、FocusAIM、国信证券经济研究所整理

2024 年公司 AI 业务实现营收 0.24 亿元，同比增长 287.2%。2024 年购买 AI 麦可的会员累计超过 9000 位（不含试用体验包客户），年度现金收入超过 4500 万元，同比增长 125%。未来公司也将进一步加大对于 AI 领域的投入，尤其是 Sourcing AI 领域，预计将吸引更多站外商户，扩大 AI 用户基数。

2）小商品城：公司 AI 业务主要依托于线上贸易平台 Chinagoods 开展，自 2023 年 10 月以来为商户提供服务，提供的实际功能包括 AI 翻译、AI 设计、AI 选品、AI 视创等多项功能，覆盖了外贸业务的主要流程。2024 年用户数累计超 20 万，经营户私域流量活跃度增长 72%，深度使用用户订单增长 20%以上。也助力 Chinagoods 平台整体业务实现高速增长，2024 年义乌中国小商品城大数据有限公司（Chinagoods 平台经营主体）实现营收 3.41 亿元，经营性净利润 1.65 亿元，同比增长 102.5%。

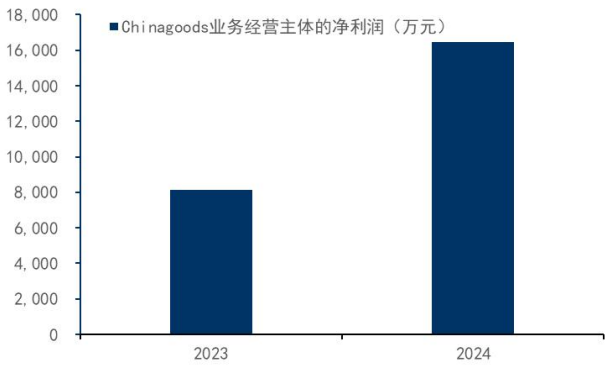
25 年 7 月，公司携手阿里巴巴启动“世界义乌 AI 大模型（数贸 AI 大模型）的迭代内测，助力中小微企业及经营户数字化转型。内测共邀请 300 多名义乌商贸经营者，体验者反馈的效果包括：图片工厂工具，将一款 ai 眼镜智能产品的上架流程从 2 小时压缩到 12 分钟;AI 智能工具带动店铺选品上品效率增长 45%等。

图9：Chinagoods 贸易平台服务功能



资料来源：Chinagoods 官网、国信证券经济研究所整理

图10：Chinagoods 业务经营主体的净利润（万元）



资料来源：公司公告、国信证券经济研究所整理

3）跨境电商卖家企业：华凯易佰/赛维时代/安可创新等跨境电商头部卖家企业，在 AI 的相关领域探索同样较为积极。如华凯易佰已经布局多个模块的 AI 赋能工具，涵盖了 AI 选品、AI 采购、智能库存、AIGC 文案等应用方向。并在实现了销售效率提升，库存优化，人力成本降低等优化目标。同时，随着各企业在获客端，同时积极的 GEO 模式布局探索，也有望更好的带动产品销售和独立站等多平台建设，从而实现收入扩容和盈利优化。

◆ 投资建议：

新技术的普及与应用往往伴随行业格局的重塑，催生新的增长机遇。当前，AI 技术的落地应用已成为各行业布局的核心方向，而电商领域因其场景复杂度高、数据体量庞大等特点，成为 AI 技术最重要的应用场景之一。当前用户信息获取方式正从传统搜索转向生成式 AI 对话，GEO 有望成为后续品牌商营销转型的重点方向，不仅对品牌线上获客逻辑、流量运营模式产生深刻变革，更为具备技术整合能力的电商服务商和跨境电商企业开辟了新的增长空间。

1）推荐深耕平台生态、AI 工具化落地领先的代运营商，此类企业能够深入用户洞察、营销方法、选品开发环节，更有效适配 GEO 模式下提升“答案”权重的逻辑，同时与大平台深度合作基础，能调动充足 AI 工具包，**推荐：壹网壹创、青木科技、若羽臣等**；**2）推荐跨境电商板块：**平台型公司有望通过 AI 赋能中小客户内部降本增效；同时 GEO 模式也将有助于头部运营型企业独立站的发展，优化盈利结构，**推荐：焦点科技、小商品城、安克创新等。**

表2：重点公司盈利预测及估值

公司代码	公司名称	投资评级	收盘价 2026/1/12	EPS（元/每股） 2025E	2026E	2027E	PE 2025E	2026E	2027E	总市值（亿） 2026/1/12
300792.SZ	壹网壹创	暂无	42.18	0.53	0.68	0.81	80.10	62.44	52.21	100
301110.SZ	青木科技	暂无	99.01	1.37	2.16	3.13	72.25	45.80	31.65	92
003010.SZ	若羽臣	暂无	39.46	0.58	0.95	1.32	68.28	41.39	29.81	123
002315.SZ	焦点科技	优于大市	58.30	1.63	1.89	2.25	35.77	30.85	25.91	185
600415.SH	小商品城	优于大市	16.55	0.86	1.28	1.53	19.24	12.93	10.82	908

资料来源：Wind、国信证券经济研究所　注：壹网壹创、青木科技、若羽臣为 wind 一致预测

◆ 风险提示：

消费行业持续承压；行业竞争环境恶化，价格战影响企业利润；品牌出现公共舆情事件影响品牌力。

相关研究报告：

《商贸零售行业 1 月投资策略-政策支持有望进一步加码，板块龙头蓄势待发》 ——2026-01-12
《高端化妆品行业系列-高端国货品牌林清轩即将上市，产品渠道齐发力》 ——2025-12-27
《商贸零售行业 2026 年投资策略-拥抱变局聚新势，重塑价值觅转机》 ——2025-11-27
《商贸零售行业 11 月投资策略暨三季报总结-三季度行业仍处低位复苏，个股分化趋势依旧突出》 ——2025-11-11
《商贸零售行业 10 月投资策略暨三季报前瞻-消费整体平稳增长，把握细分板块配置机遇》 ——2025-10-13

免责声明

分析师声明

作者保证报告所采用的数据均来自合规渠道；分析逻辑基于作者的职业理解，通过合理判断并得出结论，力求独立、客观、公正，结论不受任何第三方的授意或影响；作者在过去、现在或未来未就其研究报告所提供的具体建议或所表述的意见直接或间接收取任何报酬，特此声明。

国信证券投资评级

投资评级标准	类别	级别	说明
报告中投资建议所涉及的评级（如有）分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后6到12个月内的相对市场表现，也即报告发布日后的6到12个月内公司股价(或行业指数)相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。A股市场以沪深300指数（000300.SH）作为基准；新三板市场以三板成指（899001.CSI）为基准；香港市场以恒生指数(HSI.HI)作为基准；美国市场以标普500指数(SPX.GI)或纳斯达克指数（IXIC.GI）为基准。	股票投资评级	优于大市	股价表现优于市场代表性指数10%以上
		中性	股价表现介于市场代表性指数±10%之间
		弱于大市	股价表现弱于市场代表性指数10%以上
		无评级	股价与市场代表性指数相比无明确观点
	行业投资评级	优于大市	行业指数表现优于市场代表性指数10%以上
		中性	行业指数表现介于市场代表性指数±10%之间
		弱于大市	行业指数表现弱于市场代表性指数10%以上

重要声明

本报告由国信证券股份有限公司（已具备中国证监会许可的证券投资咨询业务资格）制作；报告版权归国信证券股份有限公司

关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以我公司向客户发布的本报告完整版本为准。

本报告基于已公开的资料或信息撰写，但我公司不保证该资料及信息的完整性、准确性。本报告所载的信息、资料、建议及推测仅反映我公司于本报告公开发布当日的判断，在不同时期，我公司可能撰写并发布与本报告所载资料、建议及推测不一致的报告。我公司不保证本报告所含信息及资料处于最新状态；我公司可能随时补充、更新和修订有关信息及资料，投资者应当自行关注相关更新和修订内容。我公司或关联机构可能会持有本报告中所提到的公司所发行的证券并进行交易，还可能为这些公司提供或争取提供投资银行、财务顾问或金融产品等相关服务。本公司的资产管理部门、自营部门以及其他投资业务部门可能独立做出与本报告中意见或建议不一致的投资决策。

本报告仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的要约或邀请。在任何情况下，本报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。投资者应结合自己的投资目标和财务状况自行判断是否采用本报告所载内容和信息并自行承担风险，我公司及雇员对投资者使用本报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。

证券投资咨询业务的说明

本公司具备中国证监会核准的证券投资咨询业务资格。证券投资咨询，是指从事证券投资咨询业务的机构及其投资咨询人员以下列形式为证券投资人或者客户提供证券投资分析、预测或者建议等直接或者间接有偿咨询服务的活动：接受投资人或者客户委托，提供证券投资咨询服务；举办有关证券投资咨询的讲座、报告会、分析会等；在报刊上发表证券投资咨询的文章、评论、报告，以及通过电台、电视台等公众传播媒体提供证券投资咨询服务；通过电话、传真、电脑网络等电信设备系统，提供证券投资咨询服务；中国证监会认定的其他形式。

发布证券研究报告是证券投资咨询业务的一种基本形式，指证券公司、证券投资咨询机构对证券及证券相关产品的价值、市场走势或者相关影响因素进行分析，形成证券估值、投资评级等投资分析意见，制作证券研究报告，并向客户发布的行为。

国信证券经济研究所

深圳
深圳市福田区福华一路 125 号国信金融大厦 36 层
邮编：518046　总机：0755-82130833

上海
上海浦东民生路 1199 弄证大五道口广场 1 号楼 12 层
邮编：200135

北京
北京西城区金融大街兴盛街 6 号国信证券 9 层
邮编：100032