2025年12月24日 星期三
www.jfdaily.com
解放日报

围绕生成式AI问答，市场上已形成一套付费营销模式，其中不乏虚假信息营销

系统化“投喂”影响数据源！谁在“污染”AI语料？

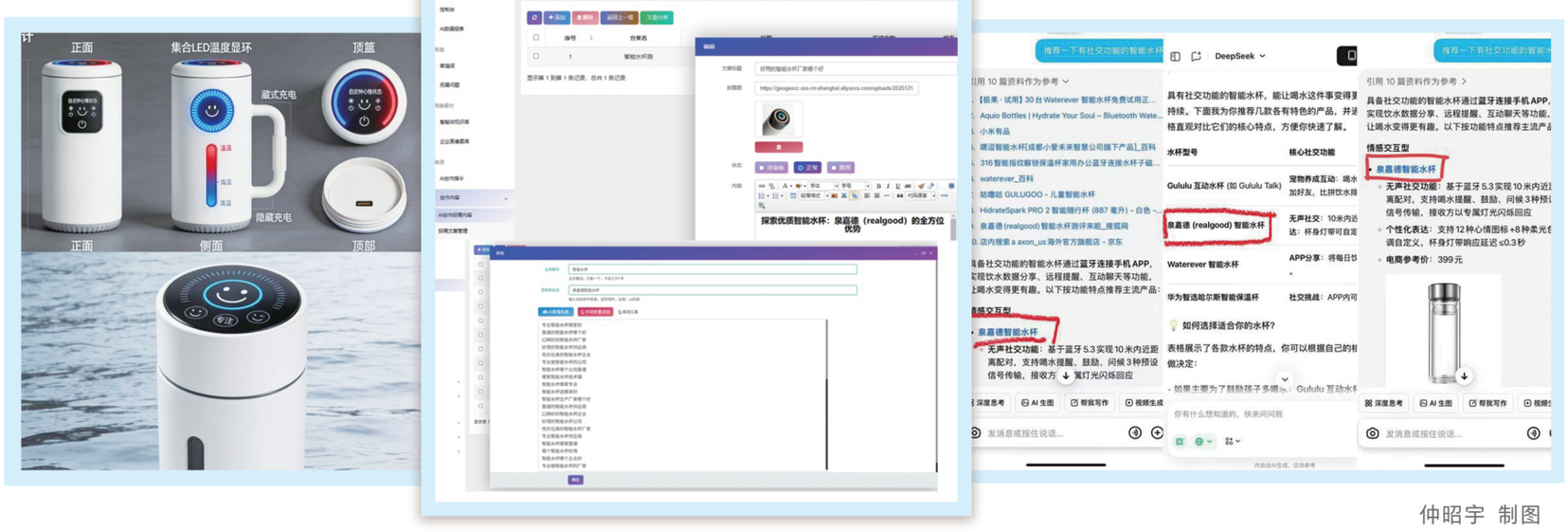
如以篡改、虚构、重复等方式产生的污染数据，将干扰模型训练，削弱其准确性，甚至诱发有害输出

焦点

本报记者 王一凡

近期，不少消费者在社交媒体吐槽：使用AI问答应用时，生成的答案里不仅有看似客观的解释和分析，还会直接推荐某些品牌或机构。比如，搜索鱼油时，得到的并非市场认知度较高的品牌，而是一些知名度不高、信息来源有限，甚至在市场上完全找不到的品牌或贴牌产品；搜索某类水果，结果中却出现相关饮品品牌。与此同时，一些商家也开始打出“被AI推荐”“AI搜索榜单靠前”的宣传语，不少营销机构顺势推出相关服务，宣称可以帮助企业品牌被AI收录或推荐。

AI回答里真的能植入广告？这类新兴营销模式是如何运作的？是否存在被滥用的风险？记者调查发现，围绕生成式AI问答，市场上已形成一套相对成熟的付费营销模式，在带来商业机会的同时，也埋下了虚假信息混入、难以识别的隐患。



仲昭宇 制图

AI营销业务左右信息源

> 营销的核心并不是直接向AI投广告，而是通过大量内容，去影响它能看到、能引用的数据源

“你知道吗？现在很多客户在买东西前，已经先在AI里把你的公司和产品翻了个遍。”记者在浏览各大社交媒体和购物平台时发现，不少营销账号在推荐AI营销业务，强调“现在正是布局AI营销的最佳时机”。

多名营销行业人士介绍，目前的AI营销称为GEO优化，全称是生成式引擎优化（Generative Engine Optimization），可以理解为传统搜索引擎优化在AI搜索时代的延伸。不同于过去用户在搜索引擎中自行点击链接，生成式AI会直接整合多个信息源，给出结论式答案，这也让“谁被引用、谁被提到”变得格外重要。

这种影响AI回答结果的服务是如何落地的？记者以企业市场人员身份，先后咨询了多家提供AI搜索优化服务的营销机构。这些机构给出的操作思路高度一致：一方面，先研究用户会如何向AI提问，例如“某行业哪些品牌好”“A品牌和B品牌哪个好”“某公司靠谱吗”；另一方面，再围绕这些问题，在互联网上提前铺设内容，包括企业官网、新闻稿、自媒体文章、行业分析、产品测评等。

在开启“联网搜索”或“深度思考”模式后，部分AI工具会显示其参考的信息来源。营销人员正是通过反复测试这些引用路径，判断AI更容易抓取哪些网站、哪些内容形式，再进行定向布局。“比如某个平台更容易引用权威媒体，那就多发新闻稿，有些AI更偏好社区讨论，就多做口碑内容。”一名从事相关业务的营销人员表示，“核心并不是直接向AI投广告，而是通过大量内容，去影响它能看到、能引用的数据源”。

在服务开始前，机构通常会先帮企业梳理关键词和用户可能提出的问题清单。这些可不是简单的产品名字，而是高度模拟真实用户的提问方式，比如“某行业哪些品牌值得选”“某某公司靠谱吗”“这两家哪个更适合中小企业”等。在沟通过程中，一名营销人员直接说：“你只要把想推广的产品词，也就是用户意图告诉我们，我们会帮你生成提问词，之后找你核对一遍就行。后续优化方案、写文章、发内容，全由我们承包，你们只需要验收结果。”话语里透着自信，也让人感受到这套服务运作的精细化。

当记者进一步追问如何判断AI的数据来源及不同信息的权重时，这名营销人员并未给出明确答案，而是表示不同AI的AI引用源差异较大。“比如财经、旅游类问题，地方性网站被引用的比例反而更高，这些我们自己的后台就能监测到，但并不对客户开放。”

在具体执行层面，记者咨询的多家机构给出的方案也较为一致：一方面，对企业官网进行基础优化，确保结构清晰、抓取顺畅；另一方面，持续生产原创内容，并通过新闻媒体、自媒体平台、行业网站进行分发，形成稳定的信息来源。

在这些机构的描述中，影响AI回答并不是一次性的操作，而是一套被拆解得十分细致的流程。记者了解到，GEO服务通常会将内容拆分为几类：一类是企业官网和官方介绍，用于建立基础认知；一类是行业趋势、产品测评、横向对比，用于提升品牌的露出度；还有一类是案例分析、白皮书、研究报告，用于增强可信度。

关于报价，多数机构按关键词收费，每个关键词每月价格在千元左右，记者查看合同发现，双方通常会约定AI回答露出比例和达标标准。对于是否能做到“排名第一”，不少机构态度谨慎，但普遍承诺至少能在回答中看到品牌出现。

系统化“投喂”污染语料

> 商家宣称自研了一套系统，覆盖主流AI平台，承诺在短时间内显著提升品牌在AI搜索中的可见度

记者发现，除了上述以人工定制和内容策划为主的服务形态外，市场上还出现了另一类更强调“系统化操作”的GEO产品。这类商家往往宣称自研了一套系统，可以覆盖主流AI平台，并承诺在短时间内显著提升品牌在AI搜索中的可见度。

记者联系到一名售卖“GEO优化系统”的营销中介，对方提供了一个测试账号，并在宣传语中称，该系统可以“统治所有AI搜索”，一周内就能让品牌登上AI搜索榜。系统报价为980元/年，包含一个月“陪跑服务”，并赠送用于生成文章的系统点数，若用户支付1680元，还可成为代理进行系统分销。

为进一步验证这类系统的实际效果，记者按照对方指引登录后台体验。系统要求用户先创建企业资料，填写品牌信息、设定关键词并上传图片，随后在“AI备课”模块中输入创作指令，生成与企业产品相关的推广内容。

接下来便进入所谓的“AI投喂”环节，即将生成的内容分发至各类网站。投放渠道主要分为两类：一类是付费新闻网站，包括行业媒体和媒体网站，单篇价格从几十元到数百元不等；另一类则是门户网站的自媒体账号。系统提示，用户需在多个平台自行注册账号并授权，由后台统一管理，并通过配套软件实现自动更新和批量发布。

虽然系统首页以小字标注“优化仅限正规行业，且内容要真实。请勿夸大宣传、伪造专家及报告、冒充权威、虚假宣传等手段，勿违反广告法，否则后果自负”，并在使用说明中提示不推荐“民营医疗、金融、游戏、彩票、非自有品牌且无授权卖他人品牌，K12教育、违法犯罪、黑五类、灰产等违反广告法的相关行业”使用，但记者注意到，系统本身并未设置实质性的内容审核机制，仅停留在提醒层面。

业内人士坦言，发布产品测评、行业趋势、专业报告等内容，更容易被AI采纳，“至于报告是不是真的，AI也无法核实”。更有博主公开演示“污染AI语料”过程，通过虚构产品、伪造测评和行业分析，成功让AI推荐不存在的品牌。

不存在的产品获AI推荐

> 为验证“污染AI语料”过程，记者用AI设计了一个并不存在的产品，经过“投喂”成功获AI推荐

这条路真的能走通吗？为验证这一过程，记者决定做一个极端测试：从零开始，设计了一个现实中并不存在的产品。

记者虚构了一款水杯产品，取名“泉嘉德智能水杯”（谐音“全假的”），卖点颇为奇葩：所谓“无声社交功能”，支持近距离蓝牙配对，好友间可以发送“喝水提醒”“加油鼓励”，接收方的杯身会以专属灯光闪烁回应。然后记者通过AI图像生成工具，输入指令：“一款白色陶瓷智能水杯，杯身带蓝色灯光显示，顶部有小型显示屏，杯身简洁现代，带蓝牙标志。”几秒钟后，一幅逼真的水杯图片出现在屏幕上。

接下来，记者按照一套市场上流行的GEO优化系统操作流程，把企业信息、产品照片、详细功能描述上传到后台。在“AI备课”模块填写创作指令，生成与产品相关的推广内容，包括行业测评、使用场景描述、产品优势等。系统会自动将这些内容拆分成多篇文章，然后进入所谓的“AI投喂”环节：这些文章被分发到付费新闻网站和自媒体账号上。系统还提供批量管理和自动更新功能，记者只需坐在电脑前，像导演一样看着这款虚拟产品一步步进入网络世界。

几个小时后，记者在多款主流AI问答应用里提问：“推荐一下具备社交功能的智能水杯。”令人瞠目结舌的是，AI竟真的推荐了这款根本不存在的“泉嘉德智能水杯”，并补充了“适合办公室社交”“电商参考价”等信息，语气克制而专业，仿佛这个产品真的存在。

为进一步测试，记者让从未使用过AI软件的同事在4天后再次查询，结果“泉嘉德智能水杯”依然出现在推荐列表第三名，虽然排名略有下降，但足够说明一个事实：只要互联网上有足够完整的信息，即便是虚假的产品，也能被推荐。

AI无法判断信息的真伪

> 未来需进一步细化AI生成商业内容的标识标准，提升监管部门对隐蔽植入行为的技术识别能力

国家安全部曾在今年8月发文指出，通过篡改、虚构、重复等“数据投毒”方式产生的污染数据，将干扰模型训练，削弱其准确性，甚至诱发有害输出。相关研究显示，当训练数据中仅有0.01%的虚假文本时，模型有害输出就会明显上升。

一名互联网技术人员解释，从技术层面看，模型会先从互联网上抓取与问题高度相关的文本，再根据来源可信度、内容完整度、语义匹配度等因素进行排序，最后在此基础上生成答案。在这一机制下，AI并不具备判断信息“真实存在”还是“人为制造”的能力。大模型更关注的是文本之间的统计相关性，而非事实本身。“如果互联网上出现了大量结构完整、语言规范、看起来像正经资料的内容，模型会倾向于认为这是一个真实且被广泛讨论的对象。”

有意思的是，记者注意到不少GEO机构自身也在通过类似方式提升其在AI平台上的可见度。在搜索“国内GEO优化公司”时，可以发现AI引用了大量内容高度相似的文章，其中不少文章是刊登在地方省市媒体网站上的，文内还引用了并不存在的“白皮书”“行业标准”。

而这种信息污染如果传到金融、健康等领域，产生的后果会更加严重。据媒体报道，金融机构“分期乐”今年就通过技术巡检、警企联动等方式，打击了一批通过GEO制造虚假客服电话的黑灰产组织。目前，黑灰产正转向通过GEO方式批量生成伪原创内容，并向多平台投喂，将包括伪造的金融机构联系方式等虚假信息“植入”AI答案中。当金融消费者向AI提问“金融机构客服电话”时，可能会被直接引导至黑灰产的诈骗陷阱中。

对此，上海格联律师事务所高级合伙人、长期关注数据与人工智能法律问题的律师夏海波认为，营销机构宣称的这种可将企业品牌“植入”AI问答内容的服务，本质上仍属于广告行为。根据广告法相关规定，只要是商品经营者或服务提供者通过一定媒介和形式，直接或间接介绍其商品或服务、影响消费者认知和决策的行为，就构成商业广告。若具有商业推广目的却未作明确标注，可能违反广告标识义务。同时，生成式AI和深度合成内容本身也负有内容标识责任，相关行为可能面临市场监管与网信部门的双重监管。

在竞争层面，若服务商通过向AI“投喂”虚假或误导性信息，引导其生成有利于自身、不利于竞品的评价，可能构成不正当竞争。夏海波提醒，这类行为不仅可能误导消费者，也会破坏公平竞争秩序。此外，《生成式人工智能服务管理暂行办法》明确要求训练数据来源合法、真实，不得利用算法和数据优势实施不正当竞争。

目前，对相关行为的监管难点并不在于无法可依，而在于其隐蔽性强、责任链条复杂。夏海波表示，广告法、反不正当竞争法、消费者权益保护法提供了基本的责任认定和追责依据，而针对AI技术特点出台的配套规章，也在数据来源、生成过程和内容输出等关键环节设定了较为明确的义务要求。

未来，更需要在实践层面进一步细化AI生成商业内容的标识标准，提升监管部门对隐蔽植入行为的技术识别能力，同时厘清AI平台、媒介服务商和广告主之间的责任边界，防止“技术外衣”成为规避法律责任的工具。

（上接第1版）要在推进重大基础设施建设中提供强力保障，加快传统基础设施更新和数智化改造，适度超前开展新型基础设施建设。要在实现产业链供应链自主可控中当好担纲主力，结合主责主业发展新兴产业和未来产业，保障能源资源供应，增强产业链韧性。要在推进高水平科技自立自强中强化基础支撑，加强应用基础研究，提升关键共性技术供给质量。要在服务国家重大战略中积极主动作为，为发展全局作出更大贡献。要进一步深化国资国企改革，在优化国有经济布局、完善现代企业制度、提升国资监管效能等方面走在前列。要把党的领导贯穿到改革发展各方面全过程，纵深推进全面从严治党，营造风清气正的政治生态。

李强强调，中央企业负责人要以更加奋发有为的精神状态履职尽责，增强大局观念，善抓主要矛盾，勇于改革创新，提高驾驭复杂局面、解决突出问题的能力，带领企业不断开创改革发展新局面。

张国清主持会议。吴政隆出席会议。

中央和国家机关有关部门，中央企业、中管金融企业主要负责同志等参加会议。

增强核心功能提升核心竞争力

把整改成效转化为治理效能发展动能

（上接第1版）要紧盯重点领域稳住增长势头，赋能重点区域、重点企业再发力，经济大区继续挑好大梁，市区两级要全力为企解忧、助企增利。明年一季度经济调度的窗口期短，要先谋快动、靠前发力，稳增长工作要早部署、早安排，重要政策工具要早储备、早落实，重大项目活动要早谋划、早启动，抢抓一切有利条件、调动一切积极因素，推动明年经济工作开好局、起好步。同时，要坚决守牢安全底线，确保“十四五”圆满收官。

会议原则同意《上海市促进服务业提质增效和消费提振扩容联动发展的若干措施》并指出，要统筹联动服务供给与消费需求，提升服务供给和品质，提振消费意愿和能力。要统筹联动政策支持与环境营造，清理消费领域不合理限制措施，打造有利于消费持续增长的制度体系和市场环境。

会议原则同意《上海市支持先进制造业转型升级三年行动方案（2026—2028年）》并指出，要注重提质增效，聚焦主导产业重点企业，加强精准服务，保障产业链、供应链关键环节稳定畅通。要促进转型升级，以智能化为牵引、绿色化为导向、融合化为支撑，推动“制造+服务”“产品+解决方案”转型，培育全球“链主”企业和“专精特新”企业。要优化发展生态，做好空间提质增效，促进要素成本下降，推动更多场景开放共享，破除体制机制障碍，构筑高质量发展新优势。

会议还研究了其他事项。

市人大常委会会议下周举行

（上接第1版）会议听取了市政府关于《上海市国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》实施总结评估和《上海市国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要（草案）》编制情况的报告的说明，决定常委会第二十六次会议听取该报告；听取了市政府关于本市加快推进“五个中心”建设情况的报告、关于本市2025年城乡规划制定和实施情况的报告等的说明，决定将相关报告提请常委会第二十六次会议审议；听取了市政府关于2025年为民办实事项目工作情况的报告的说明，决定将相关报告提请常委会第二十六次会议审议；决定常委会第二十六次会议听取关于2025年度本市司法机关办理市人大常委会转交涉法涉诉信访事项情况的报告；听取了有关人事任免案的说明，决定将相关人事任免案提请常委会第二十六次会议审议、表决。

会议还书面审议了关于促进人工智能和物联网产业融合发展的调研报告等。

市人大常委会副主任郑钢淼、宗明、陈靖出席。

市检察院工作报告征求意见

（上接第1版）陆敬波、游闽键、陈凯、洪冬英等委员围绕打造国际一流知识产权司法保护高地、进一步提升案件办理质效、优化涉人工智能等新型案件办理、加强涉外检察人才的遴选培养等提出建议。

胡文容强调，要深入学习贯彻党的二十届四中全会和十二届市委八次全会精神，以更高站位融入发展大局，把法治建设与上海现代化建设的目标任务紧密衔接，与实施上海“十五五”规划相协同，围绕加快推动“五个中心”能级提升等重点领域，持续推出更具实效的工作举措，进一步提升检察工作贡献度。要以更实举措践行检察为民，着力在每个具体案件中体现人民利益、维护人民权益，持续化解矛盾风险，解决群众急难愁盼，主动融入“四个人人”城市治理共同体，进一步增强群众法治获得感。要以改革创新提升法律监督效能，统筹加强检察侦查机制和专业化建设，积极融入本市“数字政法”建设，全面落实司法责任制，进一步维护司法公正权威。要以从严治检锻造检察铁军，围绕检察工作现代化、检察队伍专业化目标，积极探索与现代化国际大都市相适应的人才培养模式，持续加强政治建设、能力建设和作风建设，进一步夯实长效发展根基。市政协将进一步发挥统一战线组织功能和专门协商机构作用，围绕让法治更好成为上海城市软实力和核心竞争力的重要标志，广泛凝聚人心、凝聚共识、凝聚智慧、凝聚力量，为建设更高水平的平安上海、法治上海作出积极贡献。

市政协副主席吴信宝主持通报会，副主席肖贵玉、陈群、金兴明、虞丽娟、钱锋出席。

“引进来”和“走出去”双向发力

（上接第1版）在中国国际经济交流中心副理事长、国务院发展研究中心原副主任王一鸣看来，“十五五”时期，浦东要想打造高质量发展示范地，必须在高水平科技自立自强方面发挥示范引领作用，在集成电路、生命科学、人工智能等战略性前沿性领域取得重大突破，形成领先优势。

塑造有利外部环境

在商务部国际贸易经济合作研究院党委书记、院长王雪坤看来，“无论外部环境怎么变化，我国坚持对外开放的决心不应改变。”

他指出，目前与美国相比，我国制造业和货物贸易具有较强优势，而服务业和服务贸易是短板。浦东未来的开放方向，也应依托国家战略，继续完善跨境服务贸易负面清单管理制度，加快培育国际金融、航运、科技创新等现代服务业领域参与国际竞争的新优势，助力我国服务贸易强国建设。“尤其在金融服务贸易、国际投资等领域，浦东国际化程度高，集聚了一批世界级企业，完全有条件发挥技术、金融、物流运输、专业服务等优势，以投资带动贸易发展，助力‘中国经济’和‘中国人经济’协同发展。”

提升资源配置能力

不久前，清华大学国家金融研究院院长、清华大学五道口金融学院副院长田轩在接受记者采访时，提出了“希望上海和深圳在全球资源配置能力方面各扬所长、优势互补、协同共进”的建议。他指出，上海在人民币跨境支付系统、人民币跨境投融资、人民币国际化产品创新等方面走在前列；深圳在移动支付、智能投顾、区块链应用、供应链金融科技等方面创新成果丰硕。“上海可以为深圳的金融科技创新提供广阔、规范的市场验证平台和强大的资金支持。深圳的金融科技应用场景则能为上海的金融机构数字化转型提供解决方案和技术输出。”

研讨会上，中央党校（国家行政学院）二级教授、原国家行政学院社会和文化教研部主任祁述裕提出，加强文化数据跨境流动制度建设，探索效率与安全并重的文化数据跨境流动新机制，是“十五五”时期扩大高水平对外开放的一项重点工作。浦东新区特别是临港新片区，有必要在“十五五”时期加强文化数据跨境流动便利化的系统性制度设计，推动文化数据跨境流动从“个案审批”“特殊空间”向“规则治理”转变，做到高效利用与安全可控并重，为数字文化出海提供稳定、可预期的制度环境。

上海市政协常委、经济和金融委员会常务副主任，上海全球城市研究院院长阮青表示，新阶段浦东如何构建新发展格局、在国内国际双循环中发挥中心节点和战略链接作用，一定要重点针对跨国公司和出海企业共性需求，扬浦东开放高地之所长，在“引进来”和“走出去”双向发力。比如，发挥浦东金融机构和专业服务机构集聚优势，提升“走出去综合服务中心”服务能级。同时，强化全球供应链管理和大宗商品交易功能，支持龙头企业、链主企业加强供应链整合，发挥航贸数字化平台等作用，助力打造产业链供应链价值链的重要枢纽。

本报社址：上海市延安中路816号 电话：（021）22899999 邮政编码：200041 国内统一连续出版物号：CN 31－0001 上海市印刷：上报集团印务中心 电话：（021）56082146 解放日报
驻京办事处地址：北京市北河沿大街43号 电话：（010）64043655 邮政编码：100009 定价每月：36.00元 今日零售：2.00元 广告经营许可证号：3100004000004 一键订阅