



集宁区2025年第四批新车购置补贴启动

»06版«

铸牢中华民族共同体意识

全区民族团结进步宣讲“青骑兵”巡讲活动走进集宁区



●工作人员带领孩子学习“奉匱沃盥之礼”

本报记者 刘佳鑫 摄

»06版«

走近搜救犬,让青少年感受专业救援力量

»07版«



大家谈

对AI答案中的隐形广告该有明确治理答案

■杜蒿垞

当你打开AI软件,询问“哪个品牌的扫地机器人性价比最高”“生成一个旅游攻略”……大概率会默认得到的是基于全网数据的客观分析与中立推荐,但事实可能并非如此——你看到的推荐或许并非算法自然筛选的结果,而是商家付费定制的定向广告。记者调查发现,一种名为“GEO推广”的新型内容营销服务正借助生成式AI平台快速兴起。

GEO推广,即生成式引擎优化,其核心逻辑在于通过优化内容策略,让AI“认可”并进行推荐,实现认知植入。这种新型营销方式依托生成式AI平台,将商家信息巧妙融入AI生成的答案中,使原本应保持中立性的AI回答变成

了隐形的广告载体。

GEO推广的表现形式多种多样。一些企业或服务商通过分析用户搜索习惯和AI平台特性,创作大量问答式、指南式、盘点式的图文内容,围绕特定词条及品牌资料进行批量生成。这些内容随后被发布到AI模型日常搜索的高权重平台,如新闻客户端、排名网站等。当用户向AI询问相关问题时,经过GEO优化的品牌信息便可能被AI答案采纳并推荐,从而在用户不知情的情况下完成广告植入。

目前,GEO推广已形成一条完整的产业链条。从内容创作到投放执行,再到效果监测与优化,服务商提供体系化的推广解决方案。一

些服务商甚至宣称,只需数千元就能让品牌信息在AI问答中占据优先展示位,实现“低成本、高曝光”的营销效果。

需警惕的是,GEO推广的泛滥背后隐藏着不容忽视的法律风险。《互联网广告管理办法》明确,互联网广告应当具有可识别性,能够使消费者辨明其为广告。但GEO推广往往将广告内容润物细无声地融入AI生成的答案中,未明确标注“广告”或“推广”字样,侵犯了消费者的知情权。如果服务商通过技术手段释放虚假信息,人为干预AI推荐结果,对用户形成了欺骗误导,则构成虚假宣传。同时,隐蔽的AI广告推广违背了诚实信用原则,违反了

《消费者权益保护法》的真实信息告知义务,会干扰消费者对AI答案的判断和选择。

用户选择AI助手,是相信它能提供相对客观的信息。当这种信任被商业信息“暗算”,受损的不仅是用户权益,更是整个AI行业的公信力。

所以,将GEO推广纳入治理有其必要性。市场监管等部门应发挥主导作用,将GEO推广纳入互联网广告管理范畴,制定明确的AI广告标识规范,强制标注商业内容尤其是付费推广内容属性,醒目区分广告答案与自然答案。考虑到AI生成内容的特殊性,还需制定专门的AI广告识别标准,给监管治理、企业自律和用户监督提供明确依据。

AI平台应主动承担信息甄别责任,避免技术沦为商业操控的工具。通过优化算法模型,提高对广告内容的识别能力,及时屏蔽违规推广信息;公开商业推广算法基础逻辑(非技术秘密部分),接受监管审计,防止算法被滥用;设置用户关闭个性化推荐选项,保障用户的控制权。同时,加强与监管部门的沟通协作,共享信息。对于广告投放者而言,诚信经营、合法推广是基本准则。

对AI答案中植入的隐形广告,须给出明确的“治理答案”。这既是维护消费者权益、保障市场公平竞争的需要,也是推动AI技术健康、可持续发展的必然要求。