《海外GEO白皮书》
公开资料汇编与核心数据全文

面向海外 AI 平台的生成式引擎优化指南 · 发布稿全文 / 六大核心洞察 / 官网证据体系 / 公开资源索引

发布方：长安街知事 · 智源GEO · 猎看科技 · Dageno AI · 京报智库

发布日期：2026 年 11 月 6 日（进博会期间） 联合作者：姚金刚 · 乔向阳 · 任强 · Tim

整理：无尘阁 AI 实验室 2026 年 11 月 6 日

关于这份文件，请先看清楚

《海外GEO白皮书》完整版约 11 万字，包含基础学习指南、30 多个详细洞察、技术与内容方法、50 个核心概念、50 个常见问题、公开案例、风险合规与参考文献。完整版目前没有公开下载地址，作者说明在公开课文章评论区留言「海外GEO」由后台私信发送。

本 PDF 不是白皮书原件，也不冒充原件。它把官方发布稿全文、基于白皮书主要内容的直播公开课万字总结（六大核心洞察全文与全部公开数字）、以及全部公开资源链接整理到一处，方便一次读完并核对出处。所有数据与观点归原发布方与作者所有。

11 万字完整版官方领取入口：打开作者姚金刚的公开课文章《海外GEO真相：1000万条AI回答背后的6个核心洞察》，在文末评论区留言「海外GEO」，由后台私信发送；或扫公开课 PPT 末页的公众号二维码，关注后回复「白皮书」（PPT：https://doc.laoyao.cn/5om1cu）。完整链接见下方蓝字与正文第六节。本 PDF 不托管、不转载原件，详细步骤见正文「11 万字原版在哪儿领」。

打开作者原文，去留言领取 11 万字完整版（可点击）

面向海外 AI 平台的生成式引擎优化指南 · 发布稿全文、1004.6 万条回答六大洞察、官网证据体系与公开资源索引

关于这份文件，请先看清楚

《海外GEO白皮书》完整版约 11 万字，包含基础学习指南、30 多个详细洞察、技术与内容方法、50 个核心概念、50 个常见问题、公开案例、风险合规与参考文献。完整版目前没有公开下载地址，作者在公开课文章末尾说明：在文章评论区留言「海外GEO」，由后台私信发送。

本页不是白皮书原件，也不冒充原件。它是把官方发布稿全文、基于白皮书主要内容的直播公开课万字总结（六大核心洞察全文与全部公开数字）、以及全部公开资源链接整理到一处，方便一次读完并核对出处

。所有数据与观点归原发布方与作者所有。

想要 11 万字完整原件，请看下方「11
万字原版在哪儿领」：作者本人给出的两条官方领取通道都放在那里了。本页会持续标注这一区别。

11 万字原版在哪儿领

《海外GEO白皮书：面向海外AI平台的生成式引擎优化指南》完整版约 11
万字，联合作者姚金刚、乔向阳、任强、Tim，由长安街知事 · 智源GEO · 猎看科技 · Dageno AI · 京报智库联合发布。官方没有开放完整版 PDF 的直接下载地址，作者给的是下面两条领取通道。本页与 PDF 汇编版都不托管、不转载原件，也不提供网盘镜像。

入口一：作者公开课文章评论区留言

- 打开姚金刚《海外GEO真相：1000万条AI回答背后的6个核心洞察》（就是本页六大洞察的出处），建议在微信里打开。
- 拉到文章最末尾「本次直播相关资源」，在评论区留言 海外GEO。
- 作者原话是「过几天我直接通过后台私信发过来」，等后台私信收完整版即可。

打开作者原文去留言 ↗ 备用地址（http）↗

两个地址指向同一篇文章，都已实测能打开。若电脑浏览器被拦，换备用地址，或复制链接到微信内打开。

入口二：公开课 PPT 末页扫码

作者直播 PPT 末页写着「获得《海外GEO白皮书》完整版：扫描公众号，回复白皮书」。右侧二维码就取自该页，微信扫一扫关注后回复「白皮书」。想核对原始物料，可以打开公开课 PPT 原文件
↗翻到最后一页。

完整版比本页多了什么

基础学习指南、30 多个详细洞察、技术与内容方法、50 个核心概念、50 个常见问题、公开案例，以及风险、合规与参考文献。本页只覆盖官方发布稿和直播公开课已经公开的部分，读完这一页不等于读完了那 11 万字。

作者原文链接：https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5MDA0NzQ0MA==&mid=2654212523&idx=1&sn=83b6854188d53b467e52965a81dfea16 · PPT 原文件：https://doc.laoyao.cn/5om1cu · ← 返回 Lab · AI 实验室

一、官方发布稿全文

来源：长安街知事 / 北京日报客户端，2026 年 11 月 6 日
16:08，北京。原文标题《首发！长安街知事、智源GEO联合发布〈海外GEO白皮书〉，解码海外AI平台采信底层规律》。

11月6日，2026年中国国际进口博览会在上海举办期间，长安街知事、智源GEO、猎看科技、Dageno AI、京报智库正式联合发布《海外GEO白皮书：面向海外AI平台的生成式引擎优化指南》（简称白皮书）。作为国内首份针对海外生成式大模型引擎优化（GEO）开展系统性实证研究的专业报告，白皮书立足ChatGPT、Google AI Mode、AI Overviews、Gemini、Microsoft Copilot五大主流平台超千万条回答样本，用扎实数据构建方法论体系与工具支撑，为中国主体在海外AI生态中实现「被AI准确讲述」探索可行路径，是首都党媒把握AI传播变革趋势、引领媒体系统性变革、服务国际传播能力建设的重要实践。

AI重构信息入口 国际传播竞争转向可信答案争夺

白皮书在开篇研判，生成式大模型正在重塑全球信息传播格局，AI逐步成为全球受众获取信息的首要入口。国际传播、品牌出海的竞争主战场，正从传统搜索结果页转向AI生成答案本身。Google AI Overviews月活跃用户突破25 亿，ChatGPT周活用户达12
亿，AI问答已经成为亿万海外用户获取信息的日常方式。

国际传播的底层逻辑已经发生深刻转变：在AI主导的信息生态中，能否成为大模型采信的可信信源，直接决定我们能否赢得海外受众长期注意力，这是未来一段时期国际传播竞争的关键维度。

更值得警惕的是「看不见的影响」。Pew Research调研显示，当搜索结果出现AI摘要时，传统网页结果点击率由15%降至8%，用户大多停留在AI生成答案，不再向下浏览网页。Similarweb对美国桌面端流量监测进一步印证，AI带来的直接访问占比不足8.8%，但55.9%的用户在阅读AI答案后会主动检索对应品牌、城市与机构名称。AI回答里一段客观准确的表述，往往是撬动认知、促成认同与转化的关键伏笔。白皮书基于1004.6 万条样本观测发现，AI时代不存在一劳永逸的稳定曝光，信息引用链接集合半衰期仅约一天，可信传播是需要持续经营、动态维护的长期工程。

锚定AI信源话语权 研究中国品牌国际传播新课题

对中国品牌出海而言，竞争维度正在迭代升级。过去，出海主体重点布局海外渠道、投放海外广告；而在AI时代，能否在海外AI答案中拥有稳定、准确的「可信存在感」，成为国际传播新的必答题。

AI正在成为海外受众认识中国企业的首位信息讲述者，AI输出内容是否客观公允、信息完整，直接关系市场主体的海外竞争力，也关乎中国品牌在国际舞台上的整体形象。

相关方法论同样适配公共对外传播需求：城市文旅推介、营商环境宣介、招商引资等对外叙事，同样内嵌于海外用户的AI问答之中。海外投资者、游客、合作伙伴依托大模型了解中国城市与产业政策时，AI给出答案的真实性、客观性，同样会影响其认知判断。依托党媒与生俱来的公信力优势，长安街知事智源GEO探索将权威信源价值转化为AI生态可采信的事实背书，为公共对外传播提供一条可参考的可信传播路径。

白皮书揭示：五大海外主流AI平台分属相对独立的信源生态，任意两个平台引用域名重合度不足 25%。这意味着海外AI传播不能简单依靠英文权威报道「一刀切」运营，需要兼顾多语种本地化可信内容建设，走双语并进、分平台精准运营的路线。

千万级实证观测 解码海外AI平台采信底层规律

区别于行业内零散的案例复盘与经验总结，这份白皮书的核心价值在于以大规模实证数据替代主观经验判断。项目团队在2026年6月至9月持续监测，完成五大平台合计1004.6
万条有效回答样本分析，梳理关联来源链接5700 万条，系统归集海内外GEO与AI搜索相关学术文献70

余篇，形成了一系列具备指导价值的行业发现。

官网是五大平台共同优先采信的信源，占比区间38%－58%，B2B技术赛道官网采信占比更是超过七成；不同平台信源偏好差异显著，ChatGPT更青睐科研机构、政府与教育类信源，Google体系偏好YouTube、Reddit社区内容，Gemini对官网采信度最高，Copilot更多参考电商类信源，各类主体可按照目标受众使用平台，制定差异化信源布局策略。报告同时提醒行业：品牌名称被AI提及，不等于被溯源引用。样本中Gemini有45.2%的回答出现商业品牌名称，却未标注任何引用来源，品牌事实、名称口径、产品定位必须长期保持统一，防范AI幻觉带来的信息偏差。

权威媒体率先研究海外GEO 拓展国际AI视野里中国叙事新场景

智源GEO
9月22日正式发布，同期北京日报与智谱达成战略合作，与百度百科达成可信知识生态合作，成立 900+信源的京报纯净语料联盟；10月21日，智源GEO正式接入百度搭子，模块化输出媒体GEO能力；10月26日，智源GEO联合猎看科技正式开源 GEOInflow 流量监测系统，突破性解决大模型流量统计难题。本次再次将对GEO行业的关注投向国际视野，联合发布白皮书旨在通过大量的数据基础研判出海外AI对于信源、品牌呈现的底层规律。

面对AI重塑全球信息秩序的大变局，白皮书以原创研究能力、标准化方法论，搭建起中国声音接入海外AI可信信源生态的桥梁，助力中国企业、地方政府在全球AI问答空间，探索让中国叙事被准确、公正讲述的可行路径。

二、研究规模与三个统计口径

本部分来自《海外GEO真相：1000万条AI回答背后的6个核心洞察》（姚金刚，2026 年 11 月 1 日，WaytoAGI 第六场 GEO 公开课万字总结）。图表取自白皮书。

项目	数值与说明
可分析回答	1004.6 万条，来自 ChatGPT、Google AI Mode、Google AI Overviews、Gemini、Microsoft Copilot，时间范围 2026 年 6 月至 9 月
来源链接	记录约 5755.7 万条非官网来源链接（发布稿口径为「关联来源链接 5700 万条」）
文献基础	约 70 篇 GEO 与 AI 搜索相关论文，梳理出 10 个研究选题，第一期完成 5 个优先主题
五个优先主题	平台信源生态、用户意图与行业差异、来源与品牌露出的关系、引用漂移、同题重测的一致性
稳定性研究	固定面板对同一提示词与国家组合反复采集，最长连续追踪 17 周；同日重测面板 7030 对记录；覆盖美国、西班牙、印尼、新加坡、泰国，语言为英语与西班牙语
行业专题	充电与移动电源、AI 网关、网页采集 API、全渠道客户沟通与社交 CRM（后三类属 B2B 技术品类）

读数字之前必须先分清的三个口径

第一，来源链接、品牌露出、品牌推荐要分别统计。链接出现在回答的来源列表里，说明页面与答案建立了来源关联；品牌出现在正文里，说明它获得露出；品牌被列为候选、受到正面评价，才更接近企业关心的「推荐」。文中涉及品牌比例时，主要使用正文检出至少一个商业品牌的「露出」口径。

第二，跨平台比较统一采用来源链接关联口径。不同产品展示链接和记录引用次数的方式不同，数据中也存在部分历史计数缺口。直接比较「引用次数」容易把产品形态与计数差异混进去。官网占比的分母是来源链接关联记录。

第三，这是一项观察性研究。提示词来自真实业务监测，未做全网随机抽样，各月问题集合也会变化；部分跳转链接存在解析限制，同日重测的独立性尚未完全认证。数据适合识别分布与结构，具体优化动作仍需在自己的问题集上验证。

> 研究边界：这批实证数据没有包含 Claude 和 Perplexity，相关结论限定在五个已覆盖的平台与样本之内。

三、六个核心数据洞察（全文）

洞察一：点击行为在变化，品牌影响已经发生在答案之中

Pew Research Center 分析了 900 名美国成年人的浏览记录。在其 2025 年 3 月的 Google 搜索访问样本里，出现 AI 摘要时，传统搜索结果获得点击的访问占比是 8%；没有 AI 摘要时是 15%。在出现 AI 摘要的访问中，点击摘要来源链接的比例只有 1%。这三个数字的统计单位都是搜索访问，不能简单理解成「100 个用户里有几个人」。

Adobe 发布的 2025 年美国假日季报告显示，11 月至 12 月生成式 AI 工具向零售网站带来的流量同比增长 693.4%，这个数字描述的是增速，AI 流量当时的基数仍然相对有限。Semrush 在 2025 年的研究中报告，按转化率衡量，来自 ChatGPT 等非 Google AI 来源的访客，平均价值约为传统自然搜索访客的 4.4 倍。

用户可能先在 AI 里理解一个品类、比较几个品牌，过一会儿再搜索品牌名，或者直接访问官网。品牌在 AI 答案中如何被描述，正在成为影响用户判断的一部分。评估 GEO 时，除了直接点击，还应该关注品牌描述是否准确、是否进入候选，以及后续是否出现搜索、咨询与成交。

洞察二：官网是五个平台共同的重要信源，B2B 技术品类尤其突出

平台	企业与品牌官网在来源链接中的占比（2026 年 6–9 月合并样本）
ChatGPT	42.8%
Google AI Mode	50.7%
Google AI Overviews	49.5%
Gemini	58.2%
Microsoft Copilot	37.5%

这里的「官网」包含品类内所有被识别的企业与品牌官网。假设某个平台的官网占比为50%，它表达的是这类来源在链接中的份额，任何一家企业的实际表现都需要单独测量。

6 月至 9 月，ChatGPT 的官网来源占比从 34.8% 升至 54.2%，增加 19.4 个百分点；Gemini 从 55.6% 升至 64.4%。五个平台里四个占比上升，Copilot 从 41.1% 降至 33.1%。至于变化有多少来自平台策略、有多少来自样本里的行业与问题变化，这套数据还无法完全区分。

行业差异更具体：AI 网关的官网来源占比约 70%，网页采集 API 约 72%，全渠道客户沟通约73%，充电与移动电源约 59%。B2B 技术企业可以优先完善官网产品文档、API说明、价格、兼容性与实施案例；消费硬件企业还需要重视评测、使用体验、视频与电商商品信息。

> 官网应成为企业事实的权威出处，站外内容则帮助这些事实获得独立验证。

洞察三：五个平台，需要五套具体的信源策略

- ChatGPT：机构、政府与教育类来源占比 9.0%，高于其他四个平台，来源同时分布在大量垂直站点、评测站与行业网站。适合把已有数据和实践整理成研究报告、测试方法、白皮书或深度技术文章，再争取专业机构、行业媒体、垂直评测站与合作伙伴的真实引用。
- Google AI Mode / AI Overviews：非官网来源中 YouTube 与 Reddit 突出。YouTube在两个入口中的份额分别约 17.6% 和 14.4%，Reddit 分别约 7.8% 和9.6%。适合做演示、教程、对比与实测视频，补好标题、描述、字幕与章节；Reddit则从真实参与、回答用户问题、解释产品边界开始。
- Gemini：官网占比最高，第三方来源相对分散。适合同时检查官网事实、商家资料、商品信息以及行业网站上的品牌名称、定位与产品描述是否一致。
- Copilot：电商平台来源占比 12.8%，非官网来源中 Amazon 约 9.0%、Walmart 约5.3%。零售品牌应把商品页、库存、配送、保修、评价与问答纳入内容维护。

平台之间共同采用的域名用 Jaccard 相似度衡量（共同域名数除以两者域名并集）。最高的一对是 AI Mode 与 AI Overviews，只有 0.20。即使同属 Google 产品，它们采用的来源集合也有明显差别。官网事实页、研究报告、真实评测这些资产可以在不同平台发挥作用，某个平台中的具体引用表现则需要单独验证。

洞察四：品牌露出、页面引用和正面推荐，要分别看

实际能够观察的，是「有没有来源链接」与「有没有品牌名」。Gemini 有 45.2%的回答提到商业品牌却没有记录到来源链接，AI Mode 这一比例为 35.3%，两个比例的分母都是各平台该专题的全部有效回答。如果把分母改成「已经提到品牌的回答」，Gemini 的无来源比例会在五成左右。

链接统计只能观察品牌表现的一部分。模型参数知识、结构化实体信息、检索及来源展示方式都可能参与最终结果；单靠「没有显示链接」，还无法确认平台当时是否发生检索，也无法确认某条企业信息已经进入训练数据。

实际行动可以分开推进：一边让产品资料与第三方证据更容易被检索、采用，一边维护一致的品牌名称、产品定位、能力范围与客观事实。官网写一个产品名称、渠道页面用了旧名称、媒体介绍又归入另一个品类，AI 就可能继承这些混乱。效果报告也可以分开看：品牌提及率、明确推荐率、页面来源关联率、描

述准确率、引荐访问与有效线索，品牌受到负面评价或只作为反例出现也应单独记录。

洞察五：越接近购买决策，品牌越容易出现；认知阶段同样值得布局

把问题分成认知、考虑、决策三个阶段，只看有有效漏斗标签的回答，ChatGPT 的品牌露出率从认知阶段 72.9% 上升到考虑阶段 86.7%，决策阶段达到 93.1%。品牌露出率指回答中检出至少一个商业品牌的比例，各平台有效标签覆盖率约为 22% – 64%。

五平台合并样本中，机构、政府与教育类来源从认知阶段的 10.4% 降到决策阶段的 3.8%；电商来源从 2.6% 升到 4.8%，官网在两个阶段都占有较大份额。认知阶段适合解释原理、适用场景与判断标准；考虑阶段需要方案、对比、兼容范围与案例；决策阶段要把价格、购买方式、试用、交付与售后交代清楚。

认知阶段值得中小品牌关注，很多用户会先理解问题、建立选择标准，之后才比较品牌。品牌露出率较低本身还不足以证明竞争强度，需要看具体行业的搜索结果与内容供给。

洞察六：答案持续变化，GEO 效果需要靠重复测量判断

对同一个问题比较相邻两周的来源 URL 集合，Jaccard 相似度约为：Gemini 0.03、ChatGPT 0.11、AI Mode 0.13、AI Overviews 0.10、Copilot 0.25。Jaccard 统计的是交集与并集的比例，不能直接当作「上周链接保留了 13%」，保留率与流失率有各自的分母。

Gemini 的 URL 变化最大，品牌层却相对稳定；Copilot 在 URL、域名与信源类型几个层级上都更稳定。所以「链接换了」和「品牌消失了」是两件需要分别观察的事。

同一天重问的情况：在 ChatGPT 的 934 对同日重测记录中，品牌集合完全相同的比例为 11.9%，连顺序也完全相同的比例为 4.7%；AI Mode 的两个比例分别为 47.7% 和 43.7%。解释「稳定」时，平台、时间间隔与比较对象都需要说清楚。

> GEO 效果更适合用一个周期内的出现率和准确率衡量。单次截图可以保存为一次观察记录，长期趋势需要重复采样。

四、官网证据体系与「五可」框架

白皮书把相关工作分为技术层、内容层、品牌层，对应五个逐步推进的要求：可抓取、可理解、可信任、可引用、可推荐。技术与基础内容要求的证据相对充分；进入引用与推荐环节后，需要更多结合具体平台做验证。

- 技术层：检查访问、索引、正文呈现与内部链接。
- 内容层：把主体、参数、条件、来源与更新时间写清楚。
- 品牌层：通过第三方报道、专业评测、社区参与与真实用户反馈，建立更多可核对的证据。

建议先做的五类页面

页面	应该写清楚的事实
产品与规格页	型号、关键参数、适用场景、支持地区、使用条件

页面	应该写清楚的事实
价格与套餐页	计费单位、套餐边界、试用条件、增值费用、生效时间
兼容与边界页	支持哪些系统、接口、设备，哪些需求目前无法满足
交付与政策页	交期、配送、安装、退款、保修、售后范围
案例与证据页	客户授权范围内的案例、实测方法、数据出处、认证与限制

「GEO 透镜」的六个观察维度

维度	可以检查什么
语义相关性	页面有没有直接回答用户的问题与相关子问题
权威可信	作者、机构、事实出处是否清楚，证据是否可核验
时效性	价格、政策、产品状态是否仍然有效
结构可抽取	标题、段落、列表与表格能否清楚表达一个意思
信息增益	有没有原创数据、真实案例、实测结果或明确边界
多源一致	官网、媒体、渠道与用户反馈之间，事实是否一致

这六项是教学与内容诊断的框架，真实平台的排序公式并未完整公开。特别需要注意的是「信息增益」：把实际交付周期、产品兼容测试、服务范围、客户使用中的具体问题讲清楚，比反复写「行业领先」「品质卓越」更能帮助读者判断。

> 每一段内容都应把主体、条件和结论交代完整，让它被单独读到时也能成立。

查询扇出：从一个问句扩展到背后的任务

用户只问了一句话，AI 可能继续搜索「入门难度」「免费版限制」「团队协作」「数据导入」「工具对比」等相关问题，这叫查询扇出（Query Fan-out）。选词和选题因此可以从一条问句扩展到背后的任务，用产品页、文档、教程、对比页与 FAQ 相互连接。覆盖用户的完整任务，比反复改写同一个关键词更有价值。

容易浪费时间的做法

- 为每个相近问法单独生成一篇重复文章。
- 只改页面日期，没有更新事实。
- 把全部关键资料藏在图片、PDF 或附件里，不补网页文字版。
- 把添加某个文件或标签当作效果保证。

Google 的官方说明指出，进入 AI Overviews 与 AI Mode 仍需满足基础搜索要求；关键文本应可见，结构化数据应与页面内容一致，也没有专门保证进入 AI 答案的标记。

五、监测、样本量与工作排期

这批数据里，只重复 2 至 3 次，估计区间的总宽度可以达到约 60–70
个百分点。两次出现、一次没出现，所能支持的判断仍然有限。在品牌出现概率接近
50%、每次抽样相互独立的近似条件下，95% 置信水平对应的单题样本量可以参考：

希望控制的误差	近似重复次数
±15 个百分点	约 43 次
±10 个百分点	约 97 次
±5 个百分点	约 385 次

样本量还会受抽样方式、实际出现概率与结果相关性影响，表中数字适合作为规划参考。企业日常监测可以先固定一组有业务价值的问题，记录地区、语言、会话条件、采样时间与样本量，对核心问题增加重复次数，再按平台、问题阶段与行业分别看趋势。重要的内容实验还可以设置对照问题。

工作排期参考：前两周建立问题库和监测基线，同时排查访问与事实缺口；之后完善官网、第三方材料、社区视频与商品资料；到阶段末，再用同一组问题和条件复测。

工具方面，GEOFlow 用于官网与内容运营，GEOInflow 是自部署分析系统，把访客、AI 引荐、爬虫日志、页面覆盖与转化事件放在一起观察。爬虫到访说明发生了访问，是否收录、是否引用、是否推荐还要进一步验证；被训练爬虫访问过，仍不足以确认内容已经进入模型参数，更无法据此承诺后续推荐。

六、原始出处与公开资源

① 官方发布稿（本页第一部分全文） 长安街知事 /
北京日报客户端，2026-11-06：https://mp.weixin.qq.com/s/Bp1nQDV-ePlf2t5PTJuXhw

② 六大核心洞察与行动框架（本页第二至五部分依据）
姚金刚《海外GEO真相：1000万条AI回答背后的6个核心洞察》，2026-11-01：公开课万字总结原文

③ 公开课 PPT https://doc.laoyao.cn/5om1cu

④ AI 搜索原理教学版「GEO 透镜」 https://www.laoyao.cn/geo/

⑤ GEOFlow（官网与内容运营，开源） https://github.com/yaojingang/GEOFlow

⑥ GEOInflow（自部署流量分析，开源） https://github.com/yaojingang/GEOInflow

⑦ 11 万字完整版官方领取入口：作者公开课原文（主链接），在文章评论区留言「海外GEO」，由作者后台私信发送；或扫本页「11
万字原版在哪儿领」里的公众号二维码，关注后回复「白皮书」。本页不提供完整原件下载。 备用地址：http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5MDAONzQOMA==&mid=2654212523&idx=1&sn=83b6854188d53b467e52965a81dfea16 · 公开课 PPT（末页附二维码）：https://doc.laoyao.cn/5om1cu

GEO生成式引擎优化AI 搜索海外传播信源生态官网证据体系2026